

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dipaparkan pada pembahasan sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan berikut ini :

1. Praktek *tiktok afiliasi* terhadap *influencer* di kota Padang dilakukan dalam berbagai bentuk seperti iklan, video kreatif, *live streaming*, edukasi, *review* produk dan lain sebagainya. Pembagian komisi ditentukan berdasarkan kesepakatan yang jelas antara *affiliate* dengan *seller* seperti pada narasumber yang wawancara yaitu ada 5% hingga 10% dari harga produk yang terjual. Praktek tersebut tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah didalam hukum islam sehingga tidak dilarang. Karena tidak terdapat hal yang menyebabkannya dilarang seperti *Riba*, penipuan, *Gharar*, *ihtikar*, *Maysir*. Namun ada kendala juga dalam pelaksanaannya. Salah satunya seperti kebutuhan akan sampel barang terhadap *affiliate*.
2. Tinjauan akad *ju'alah* terhadap pengguna program *tiktok afiliasi* adalah sah dan diperbolehkan dalam hukum islam, karena *mekanisme* kerjanya sejalan dengan prinsip-prinsip fiqih muamalah. Penelitian menunjukan bahwa pengguna dapat memperoleh imbalan yang halal dan jelas dalam program ini karena telah menyelesaikan pekerjaannya dan menunaikan tugasnya yang telah di janjikan sebelumnya yaitu menjadi pihak yang melakukan promosi terhadap produk dari *seller* yang untuk dijual hingga terjual. Sehingga mendapatkan komisi dari harga produk yang dijual yang persennya berupa 5% atau 10 % per produk.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk meningkatkan efektivitas program *tiktok afiliasi* di Kota Padang. Pertama, penting untuk meningkatkan edukasi dan pelatihan bagi para *afiliasi* mengenai cara membuat konten yang menarik dan efektif. Selain itu, untuk mengatasi kendala terkait kebutuhan akan sampel barang, sebaiknya penjual menyediakan sampel produk kepada *afiliasi*. Dengan adanya sampel, *afiliasi* dapat melakukan *review* dan promosi yang lebih *otentik* dan menarik,. Selanjutnya, penguatan terhadap perlindungan hukum juga sangat diperlukan, dengan membentuk badan perlindungan hukum yang dapat

menangani pengunduhan antara *afiliasi* dan penjual, serta antara *afiliasi* dengan sistem program.

Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan program *tiktok afiliasi* dapat berjalan lebih efisien, efektif dan memberikan manfaat yang lebih besar terhadap semua pihak yang terlibat, serta tetap berpegang pada prinsip-prinsip syariat Islam.



DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Abdul 'al, Abdul Hayy. 2014. *Pengantar Ushul Fiqh*. Jakarta: Pustaka al Kautsar
- Abdan, mustafa. 2022. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Pemasaran Afiliasi Pada Taqychan Saffron, Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Hukum Ekonomi Syari'ah*. Vol 3
- Ahmad Wardi Muslich. 2010. *Fiqh Muamalat* (akarta: Amzah
- Akbar, M.A., dan Alam, N.A. 2020. *E-commerce teori dalam bisnis digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Akhmad Farroh. *Fiqh Muammalah dari Klasik hingga Kontemporer*
- Al Kasani al Hanafi, Abu Bakr Mahmud. 1998. *Bada'I Shana'I fi Tartib asy Syara'i. Lebanon: Dar Ehai Al Tourath al Arabi*.
- Al Zuhaili, Wahbah. 2004. *Al Fiqh al Islami Wa Adillatuhu*. Beirut: Dar al Fikr
- Arasy Alimudin and Gatut Purwanto. 2022. *Digital Marketing Untuk UMKM* Surabaya: Narotama University Press
- Arif M. Syaikhul. 2019. *Ju'alah Dalam Pandangan Islam*. Siyasa : Jurnal Hukum Tata Negara Vol. 2, no. 2
- Betri. 2024. *Pengantar Bisnis Digital*. Jogja, CV Gita Lentera
- Brown, A. 2020. *Marketing Strategies for Local Businesses on TikTok*. Marketing Insights, 12(4)
- Budi Sutedjo Dharma Oetomo. 2007. *Pengantar Teknologi Informasi Internet: Konsep Dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi
- Chaffey, Dave, dan Ellis-Chadwick, Fiona. 2019. *Pemasaran Digitalw*. Edisi ke-7. Pearson Education.
- Chaffey, D. 2020. *Digital Business and E-Commerce Management* (7th ed.). Pearson.
- Chakti. 2019. *The Book of Digital Marketing*. Makasar, Celebes media perkasa

- Chalvina, F. (2024). *Pengaruh Live Streaming Shopping dan Affiliate Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Aplikasi TikTok Shop*. Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis, 5 (1). www.jurnal.imsi.or.id
- Chen, N., & Yang, Y. 2023. *The Role of Influencers in Live Streaming ECommerce: Influencer Trust, Attachment, and Consumer Purchase Intention*. Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, 18(3)
- Christanti, M. 2023. *Strategi Rebranding pada Maklon sebagai Bentuk Jasa Produksi dan Pemasaran untuk Meningkatkan Ekuitas Merek pada Perusahaan Kosmetik di Indonesia*.
- Hendi Suhendi. 2004. *Fiqh Muamalah* Jakarta: Raja Grafindo Persada
- IPrice Group. 2002. *Peta E-Commerce Indonesia*. accessed December 2
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) Republik Indonesia. Pasal 1313. Jakarta: Sekretariat Negara, 1946.
- Khamis, S. & Raza, S. A. 2021. *Social Media Marketing: A Comprehensive Guide to TikTok and Affiliate Marketing*. New York: Business Expert Press.
- Knowledge. (n.d) *Affiliate Marketing: Pengertian dan Jenis-jenisnya*<https://redcomm.co.id/knowledges/affiliate-marketing-dan-jenisnya>
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-15. Pearson Education.
- Mardawani. (2020). *Praktis Penelitian Kualitatif: Teori Dasar dan Analisis Data dalam Perspektif Kualitatif*. Deepublish Publisher.
- Mohd Ma'sum Billah. 2008. *Applied Islamic E-Commerce: Law and Practice* Selangor: Thomson Sweet & Maxwell Asia
- Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Islam* Yogyakarta: UPP AMP YKPN
- Nanda Amalia. 2013. *Hukum Perikatan Nanggroe Aceh Darussalam*: Unimal Press
- Nasrun Haroen. 2007. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama
- Patel, N. 2020. *Panduan Lengkap Pemasaran Afiliasi*. Web . Pers Pengusaha.

- Patel, N.c. 2020. *Panduan Utama untuk Periklanan PPC*. NeilPatel.com. Diakses Pada Tanggal 22 Desember 2024 <https://neilpatel.com/what-is-seo>.
- Pearson Education. 2021. *Pemasaran Digital: Strategi, Implementasi, dan Praktik*. Pearson Education.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2020 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Jakarta: Kementerian Dalam Negeri, 2020.
- Prabowo, H. 2021. "Peran Media Sosial dalam Pemasaran Afiliasi di Era Digital." *Jurnal Komunikasi dan Pemasaran*, 8(2)
- Prasetyo, arista. 2020. *Sukses bisnis afiliasi 4.0, Jakarta pusat, PT Elex Media Komputindo*
- Rachmawati, D. 2021. *Peran Media Sosial dalam Pemasaran Produk di Era Digital*. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(2)
- Rahman, A. & Sari, D. 2022. "Analisis Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Kinerja UMKM di Kota Padang." *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(3)
- Rahmat Gunawijaya. 2017 "Kebutuhan Manusia Dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis Dan Ekonomi Islam" *Al Maslahah Jurnal Ilmu Syariah* 13, no. 1
- Sari, R. 2022. *Pengaruh Pemasaran Afiliasi terhadap Kepercayaan Pelanggan di Kota Padang*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(3)
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaiman, M. 2018. *Praktik E-Commerce di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Suryanatha, IB. 2023. *Studi Kasus Tik-Tok Affiliate Sebagai Wajah Baru Consumer To Consumer (C2C) Dalam Ranah Ekonomi Digital*. *Edusociata Jurnal Pendidikan Sosiologi*. 6. 374
- Tuten, Tracy L., dan Solomon, Michael R. 2017. *Pemasaran Media Sosial*. Edisi ke-3. SAGE Publications.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Jakarta: Sekretariat Negara, 2008.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Jakarta: Sekretariat Negara, 2008.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan. Jakarta: Sekretariat Negara, 2011.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2008 tentang Pelayaran. Jakarta: Sekretariat Negara, 2008

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi Teknologi dan Transaksi Elektronik. Jakarta: Sekretariat Negara, 2016.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2013 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak. Jakarta: Sekretariat Negara, 2013.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. Jakarta: Sekretariat Negara, 2014

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Jakarta: Sekretariat Negara, 1999.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2010 tentang Tindak Pidana Pencucian Uang. Jakarta: Sekretariat Negara, 2010.

Wahbah az-Zuhaili. 1984. *al-fiqh al-islami wa adilatuhu*. Damaskus, Dar al-fikr, Jilid 4

Itsnaini, MN. 2021. *Pandangan Hukum Islam terhadap Akad Ju'alah Aksi Sosial di Masyarakat* . Di akses pada tanggal 22 Nove,mber 2024 <https://repository.uinsa>.

Mubarok, J., & Hasanudin. 2021. *Akad Ijarah dan Ju'alah dalam Perspektif Fiqih Muamalah* .

Pusat Pengetahuan Syariah. (2023). *Jualah: Pengertian, Fungsi, dan Contoh Penggunaannya*. Di akses pada tanggal 10 Juni 2024 <https://www.shariaknowledgecentre.id/id/news/jualah-adalah/> .

Suhendi, H. 2022. *Ujrah (Upah) dalam Ekonomi Islam*. Di akses pada bulan 30 Mei 2024 <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/8161/3598> .

Waruwu, R. 2022. *Analisis Fiqih Muamalah terhadap Penghasilan pada Aplikasi Berbasis Digital* . Di akses pada tanggal 23 Oktober 2024

<https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/tawazun/article/download/22735/pdf>