

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Baik dari kalangan yang muda maupun yang tua hampir semua orang pernah mencoba berbelanja di *online* melalui salah satu platform media sosial di era modern seperti ini. Media sosial pada dasarnya bersifat kolaboratif dan partisipatif sebagaimana ditentukan oleh interaksi sosial saat ini, dengan adanya media sosial memberikan kemampuan bagi pengguna untuk berbisnis dan saling terhubung satu sama lain kemudian membentuk komunitas untuk jual beli, berbagi informasi, atau untuk mencapai keuntungan bersama lainnya.<sup>1</sup> Setelah mengidentifikasi efek dari platform media sosial, bisa dikatakan bahwa media sosial saat ini telah digunakan di seluruh area para pembisnis. Para pembisnis pun sangat memanfaatkan keuntungan yang besar dari internet, dan dari sistem internet ini jugalah mereka dapat menghasilkan keuntungan yang mencapai ratusan miliar dari jual beli barang dan jasa secara online di seluruh dunia.<sup>2</sup>

Adapun bisnis jual beli dan pemasaran barang yang dilakukan di media sosial saat ini disebut sebagai *sosial Commerce*.<sup>3</sup> Salah satu contoh dari *sosial*

---

<sup>1</sup> Ting-Peng Liang dan Efraim Turban, "Introduction to the Special Issue *Social Commerce: A Research Framework for Social Commerce*," *International Journal of Electronic Commerce* 16 (1 Desember 2011): hlm, 55, <https://doi.org/10.2307/23106391>.

<sup>2</sup> Billah Mohd Ma'sum, *Applied Islamic E-commerce: Law and Practice* (Selangor: Thomson Sweet & Maxwell Asia, 2008), hlm, 57.

<sup>3</sup> "<https://tekno.kompas.com/read/2020/11/25/13300057/mengenal-social-Commerce-fenomena-belanja-lewat-media-sosial?>," t.t., diakses 27 September 2023.

*Commerce* yang hadir baru-baru ini adalah *TikTok shop* dengan sistem *affiliate* yang sangat terkenal di aplikasi TikTok Indonesia. Menjalankan bisnis pemasaran barang secara online dengan sistem ini termasuk salah satu cara untuk meningkatkan penjualan dan penggunaan sistem ini pun tidak perlu modal sama sekali. Karena pihak affiliator tidak menyediakan stok barang, hanya menawarkan informasi berupa foto, video dan keranjang kuning atau link pembelinya kepada konsumen. Kemudian jika konsumen tertarik untuk membeli, maka ia akan mengklik gambar keranjang kuning tersebut affiliator dapat melanjutkan transaksi dengan pihak supplier atau kontributor, dan barang akan dikirim langsung dari mereka. Meskipun tidak menyimpan stok barang sendiri, dan hanya memasarkannya melalui foto, video, dan keranjang belanja, affiliator tetap menerima komisi dari pihak ketiga (*TikTok shop*) karena pembelian dilakukan melalui keranjang belanja kuning atau tautan yang disediakan.<sup>4</sup>

Jika diperhatikan sistem ini memiliki dampak positif bagi orang-orang yang ingin mencobanya salah satunya dampak positifnya yaitu adanya kemudahan untuk mendapatkan penghasilannya hanya bermodalkan usaha menawarkan produk atau barang orang lain tanpa modal sedikit pun. Maka dilihat dari tata cara sistem tersebut, *affiliate* ini masuk dalam akad jual-beli dengan menggunakan pihak ketiga atau orang ketiga. Dalam agama, perbuatan membayar upah terhadap jasa seseorang dibolehkan, hal ini seperti yang ada dalam Q.S. Yusuf/12:72:

---

<sup>4</sup> Nurfan Erizal, "The Influence Of TikTok Applications On The Consumption Behavior Of Adolescents In Online Shopping," *International Journal of Cultural and Sosial Science* 2, no. 1 (1 Juni 2021): hlm, 42.

قَالُوا نَفَقْدُ صُوعَ الْمَلِكِ وَلِمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ

“Penyeru-penyeru itu berkata: “Kami kehilangan piala raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh bahan makanan (seberat) beban unta dan aku menjamin terhadapnya”.<sup>5</sup>

Kemudian, menurut Ust. Dwi Condro Triono, Ph.D Pakar Ekonomi & Bisnis Syariah beliau mengatakan di dalam diskusinya di salah satu kanal youtube Tsalis Group beliau mengqiyaskan bahwa sistem *affiliate* ini mendekati dengan akad *Ju'alah* yang dimana adanya janji atau komitmen untuk memberikan imbalan tertentu atas pencapaian hasil yang ditentukan dari suatu pekerjaan. Artinya dimana dalam sistem ini ada pihak yang memiliki janji atau komitmen di awal dengan pihak yang memberikan upah atau komisi jika berhasil menawarkan produk atau barangnya ke pembeli hingga terjual.<sup>6</sup>

Namun, dalam praktiknya secara langsung, sistem seperti ini juga memiliki dampak negatif. Salah satu dampak negatif nya yaitu, ketika ada konsumen bertanya kepada pihak *affiliate* mengenai informasi produk di luar dari yang sudah disebutkan didalam pemasarannya, misalnya disebutkan bahwa ada produk baju berbahan kain katun, dan konsumen bertanya lagi seperti apa macam kain katunnya? kemudian pihak *affiliate* tidak mengetahui informasi secara lengkap karena tidak memiliki atau menyediakan barang tersebut serta tidak memiliki perjanjian kerjasama dengan pihak *supplier* barang dan hanya memiliki perjanjian dengan pihak pemberi komisi (TikTok Shop).

---

<sup>5</sup> “Qur’an Kemenag,” diakses 27 September 2023, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/12?from=1&to=111>.

<sup>6</sup> “Sistem *Affiliate* : <https://www.youtube.com/watch?v=hVkCCNyH4Nk&t=2545s>,” Diakses tgl 7 september 2023, t.t.

Maka dengan hal ini informasi suatu produk yang di pasarkan atau di tawarkan oleh pihak menjadi kurang jelas karena para pelaku *affiliate* menawarkan dan memasarkan barang yang tidak dalam kuasanya sehingga timbulah ketidakpuasan konsumen. Lebih lanjut, apabila terjadi hal yang tidak di inginkan maka pihak konsumen akan kesulitan melakukan complain terhadap barangnya. Oleh karena itu hal ini sudah melanggar syarat sah jual beli di dalam pasal 9 UU ITE nomor 11 tahun 2008.<sup>7</sup> Yang menyatakan bahwa “pelaku usaha yang menawarkan produknya melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen dan produk yang ditawarkan. Serta Pada undang-undang perlindungan konsumen (UUPK) pada Pasal 10 melarang pelaku usaha untuk memberikan informasi yang tidak benar atau menyesatkan tentang beberapa hal, seperti yang dijelaskan sebelumnya.<sup>8</sup> Kemudian dalam praktik penyelenggaraan platform nya TikTok Shop apakah sudah sesuai dengan peraturan pemerintah tentang social *Commerce* mengingat adanya Peraturan Menteri perdagangan no.31 tahun 2023 tentang perdagangan menggunakan sistem elektronik (PMSE).<sup>9</sup> Kemudian yang terakhir dalam hukum positif bagaimana pengaturan persyaratan kontrak dalam sistem *affiliate* apakah sudah di atur dengan jelas sesuai dengan Pasal 1320 KUH Perdata.

Kemudian dalam hukum ekonomi syariah mengingat di dalam Fatwa DSN

---

<sup>7</sup> “Undang-Undang Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik,” diakses 7 September 2023, <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/2008/11tahun2008uu.htm>.

<sup>8</sup> “Undang-Undang no.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Pasal 10),” t.t.

<sup>9</sup> “Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023,” t.t.

MUI No.144 tentang *Marketplace* berdasarkan prinsip syariah apakah dalam salah satu masalah di praktik pemasaran jual beli online yang menggunakan sistem *affiliate* ini sudah memiliki ketentuan serta batasan yang berprinsip syariah. Kemudian permasalahan selanjutnya yaitu ketika dalam praktik kontrak pembayaran komisi atau biaya referral yang didapatkan sang pihak *affiliate* ketika sudah berhasil menawarkan semua produknya hingga terjual namun hanya mendapatkan minimal 10% tiap dari barang yang sudah terjual.<sup>10</sup> Sehingga dalam hal ini apakah pendapatan dan komisinya yang di dapatkan sudah sesuai dalam Hukum Ekonomi Syariah atau belum dan apakah sudah sesuai dengan sistem hukum positif di Indonesia. Mengingat adanya Fatwa DSN MUI no.62 tentang akad *Ju'alah* yang bisa dikaitkan dengan pelaku sistem *affiliate* ini.

Kemudian jika dilihat dari pengaruhnya pada saat ini banyaknya platform Tiktok Shop yang digunakan khalayak umum dalam berbisnis *online* dengan memakai sistem *affiliate* ini terutama di Indonesia menurut data datareportal. Sehingga para pengguna tersebut membutuhkan bagaimana kepastian hukum berdasarkan hukum positif dan hukum ekonomi syariah. Maka berdasarkan latar belakang inilah yang membuat Peneliti memilih *affiliate* dalam Tiktok Shop sebagai objek yang diteliti, kemudian untuk menyelidiki permasalahan tersebut dibuatlah bentuk format penelitian akademis. yang memuat judul “Hukum Penggunaan Sistem *Affiliate* Dalam *Sosial Commerce* Perspektif Hukum Positif dan Hukum Ekonomi Syariah”.

---

<sup>10</sup> “<https://www.komunitasmea.web.id/berapa-komisi-TikTok-affiliate/>,” 27 September 2023.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari penjelasan latar belakang di atas, terdapat beberapa isu yang ingin dikaji lebih lanjut, yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana sistem *affiliate* dalam *Social Commerce*?
2. Bagaimana analisis perbandingan hukum positif dan Hukum Ekonomi Syariah terhadap penggunaan sistem *affiliate* di *Social Commerce*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Dalam penulisan karya tulis ilmiah, tujuan yang ingin dicapai sangatlah penting untuk memberikan manfaat kepada penulis dan pembaca. Tujuan dari penelitian dalam penulisan skripsi ini termasuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana sistem *affiliate* dalam *Social Commerce*
2. Untuk mengetahui bagaimana analisis perbandingan hukum positif dan Hukum Ekonomi Syariah terhadap penggunaan sistem *affiliate* di *Social Commerce*.

## **D. Signifikansi Penelitian**

Peneliti sangat mengharapkan dari penelitian ini dapat menjadi:

1. Mengembangkan keilmuan dalam dunia akademik serta menjadi bahan bacaan bagi yang ingin mengetahui bagaimana hukum penggunaan sistem *affiliate* dalam *Social Commerce* menurut hukum positif dan Hukum Ekonomi Syariah.
2. bahan pertimbangan bagi pelaku pengguna sistem *affiliate* dalam *Social Commerce* prespektif hukum positif dan Hukum Ekonomi Syariah.
3. Sebagai penunjang bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti dari sisi berbeda

dengan apa yang telah peneliti tulis supaya membuka wawasan keilmuan yang lebih mendalam dan komprehensif.

### **E. Definisi Operasional**

Agar tidak terjadi kesalahpahaman pembaca dalam memahami dan menginterpretasikan judul dan permasalahan yang akan peneliti tulis, maka penulis menjelaskan pengertian beberapa istilah sebagai berikut:

1. Penulis maksud sistem *affiliate* ialah sistem marketing atau pemasaran barang dengan memberikan imbalan kepada seseorang ketika orang tersebut berhasil menjual produk atau jasa dari seorang pedagang atau perusahaan yang melakukan pemasaran secara online melalui Internet dan memerlukan orang lain untuk menjual produk atau jasanya.<sup>11</sup>
2. Penulis maksud sosial *Commerce* disini adalah proses jual beli produk dan layanan secara langsung melalui media sosial.<sup>12</sup> Dan media sosial yang dimaksudkan oleh penulis disini, yaitu TikTok.
3. Hukum positif yang dimaksud penulis disini adalah Undang-Undang ITE nomor 19 tahun 2016 sebagai pembaharuan atas undang-undang sebelumnya, Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Peraturan Menteri Perdagangan (PERMENDAG) Nomor 31 Tahun 2023.
4. Hukum Ekonomi Syariah yang dimaksud penulis disini adalah Fatwa

---

<sup>11</sup> S. E. O. Editor, "<https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/pengertian-affiliate-marketing-cara-kerja-hingga-kelebihan-kekurangan/>," *Sampoerna University* (blog), 27 September 2023.

<sup>12</sup> Nur Laily Mucharomah | DailySocial.id, "<https://Dailysocial.Id/Post/Apa-Itu-Social-Commerce/>," 27 September 2023.

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor 144 Tahun 2021 mengenai Marketplace berdasarkan prinsip-prinsip syariah, serta Fatwa MUI Nomor 62 Tahun 2007 mengenai akad jualah.

## **F. Kajian Pustaka**

Berdasarkan judul yang akan diteliti penulis adalah tentang hukum penggunaan sistem *affiliate* dalam social *Commerce* perspektif hukum positif dan Hukum Ekonomi Syariah, maka peneliti menelusuri beberapa skripsi dan jurnal yang dapat dijadikan sebagai masukan atau rujukan bagi penilitan penulis antara lain:

1. Tesis Magister Hukum Universitas Islam Negeri Raden Mas Surakarta yang disusun oleh Anissa Widiyastuti tahun 2023 dengan judul “Praktik Jual Beli Di TikTok Shop Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Fatwa DSN-MUI”. Hasil dari penelitian Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Hukum Perlindungan Konsumen, terdapat hak-hak konsumen yang belum terpenuhi dengan baik, seperti hak untuk merasa nyaman terhadap produk yang dibeli, hak untuk meminta pertanggungjawaban atas informasi yang diterima, hak untuk mendapatkan perlindungan hukum, hak untuk disuarakan keluhan, hak untuk memperoleh informasi terkait perlindungan konsumen, dan hak untuk mendapatkan kompensasi atas kerugian yang timbul dari transaksi tersebut. Selain itu, menurut fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), juga dibahas mengenai metode pembayaran dan analisis



ketidaksesuaian barang.<sup>13</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah mengenai bagaimana hukumnya proses transaksi jual beli di salah satu platform *Social Commerce* yaitu TikTok shop menurut Undang-Undang hukum positif dan Fatwa DSN-MUI Hukum Ekonomi Syariah. Sedangkan dalam penelitian yang akan penulis bahas yaitu bagaimana hukum penggunaan system *affiliate* didalam *Social Commerce* perspektif hukum positif dan Hukum Ekonomi Syariah.

2. Skripsi Sarjana Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta yang disusun oleh Bella Septiko Putri tahun 2023 dengan judul “Perlindungan Hukum Terhadap *Affiliate* Pada *E-commerce* Shopee”. Hasil dari penelitian ini adalah perlindungan hukum yang diberikan kepada pelaku usaha yang menggunakan system *affiliate* pada program Shopee adalah bentuk perlindungan preventif yang diatur dalam KUH perdata mengenai penggantian biaya, kerugian, dan bunga karena tidak dipenuhinya suatu perikatan dan bentuk perlindungan represif yang tercantum pada ketentuan pada program shopee *affiliate*.<sup>14</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah bagaimana perlindungan atas kepastiaan hukum yang didapatkan oleh pelaku bisnis yang menggunakan system *affiliate* ini. Sedangkan dalam penelitian yang akan penulis bahas yaitu bagaimana hukum

---

<sup>13</sup> Anissa Widiyastuti, “Praktik Jual Beli Di TikTok Shop Perspektif Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Dan Fatwa DSN-MUI” (Surakarta, Universitas Islam Negeri Raden Mas, 2023), <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/>

<sup>14</sup> Bella Septiko Putri, “Perlindungan Hukum Terhadap Afiliasi Pada *E-commerce* Shopee” (Jakarta, Universita Islam Negri Syarif Hidayatullah, 2023), <https://repository.uinjkt.ac.id/>.

penggunaan system *affiliate* di dalam *Social Commerce* prespektif hukum positif dan Hukum Ekonomi Syariah.

3. Skripsi Sarjana Syariah Dan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin yang disusun oleh M. Satria Maipadly tahun 2017 dengan judul “Mekanisme Jual Beli Produk Secara Online Di OLX.CO.ID Perspektif Etika Bisnis”. Hasil dari penelitian ini adalah bagaimana sistem transaksi jual-beli di platform *e-commerce* OLX.co.id dapat diterima dan sejalan dengan prinsip etika bisnis secara umum karena regulasinya jelas, sederhana, mudah dipahami, dan prosedur transaksinya sesuai dengan ketentuan syariah, baik dalam konteks jual-beli secara langsung maupun daring.<sup>15</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah bagaimana mekanisme atau proses jual beli secara online di salah satu platform *social Commerce* sesuai dengan ketentuan Hukum Ekonomi Syariah. Sedangkan dalam penelitian yang akan penulis bahas yaitu bagaimana hukum penggunaan system *affiliate* didalam *social Commerce* prespektif hukum positif dan Hukum Ekonomi Syariah.
4. Skripsi Sarjana Hukum Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang disusun oleh Ita Taniya tahun 2021 dengan judul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Pemanfaatan Konten Promosi Pada Program Shopee *Affiliate* Di Media Sosial”. Hasil dari penelitian ini adalah bagaimana mekanisme pemanfaatan konten promosi dalam program

---

<sup>15</sup> M. Satria Maipadly, “Mekanisme Jual Beli Produk Secara Online Di OLX.CO.ID Perspektif Etika Bisnis” (Banjarmasin, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, t.t.), <https://idr.uin-antasari.ac.id/>.

Shopee Affiliate di media sosial dilakukan melalui berbagai cara, seperti penggunaan kembali foto konten promosi yang dimiliki oleh member *affiliate* lainnya. Dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah, tindakan tersebut tidak diperbolehkan karena termasuk dalam perbuatan Ghasab.<sup>16</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah bagaimana hukum penggunaan sistem *affiliate* dengan memanfaatkan Konten Promosi yang merupakan salah satu cara kerja system *affiliate* didalam social *Commerce* menurut Hukum Ekonomi Syariah. Sedangkan dalam penelitian yang akan penulis bahas yaitu bagaimana hukum penggunaan system *affiliate* didalam social *Commerce* prespektif hukum positif dan Hukum Ekonomi Syariah.

5. Skripsi Sarjana Syariah Dan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin yang disusun oleh Tajuddinor tahun 2011 dengan judul “Mekanisme Transaksi Pelaku Bisnis *E-commerce* Di Desa Tanipah Kec. Aluh-Aluh KAB.Banjar”. Hasil dari penelitian ini adalah bagaimana mekanisme transaksi bisnis *e-commerce* di desa Tanipah, Kecamatan Aluh-Aluh, melibatkan berbagai cara dalam menyampaikan informasi kepada pembeli. Namun, dapat disimpulkan bahwa transaksi *e-commerce* dalam penelitian ini termasuk dalam kategori ba'i al-istishna. Ini dilihat dari aspek rukun dan sistem ba'i al-istishna yang menggunakan media elektronik sebagai platform transaksi, serta mempertimbangkan pemenuhan syarat-syaratnya. Dalam hal pesanan barang oleh pembeli, terdapat satu kasus di desa Aluh-

---

<sup>16</sup> Ita Taniya, “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Pemanfaatan Konten Promosi Pada Program Shopee *Affiliate* Di Media Sosial” (Semarang, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2021), <https://repository.uinjkt.ac.id>.

Aluh, Kabupaten Banjar, di mana terjadi ketidakjelasan mengenai beberapa barang yang perlu dijelaskan secara lebih spesifik. Dalam konteks ini, transaksi al-istishna dianggap tidak sah karena ketidakjelasan barangnya, namun tetap sah untuk barang yang sudah jelas spesifikasinya.<sup>17</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah bahwa dalam transaksi social *Commerce* pun ada memiliki berbagai macam cara seperti *e-commerce* salah satunya yang sudah dijelaskan di dalam penelitian terdahulu ini. Sedangkan dalam penelitian yang akan penulis bahas yaitu bagaimana hukum penggunaan system *affiliate* didalam social *Commerce* prespektif hukum positif dan Hukum Ekonomi Syariah.

## G. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan strategi yang akan diterapkan oleh peneliti untuk menanggapi permasalahan atau rumusan masalah yang dihadapi.

### 1. Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif yang bersifat deskriptif dengan pendekatan komparatif. Menurut Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, penelitian normatif atau yang lebih dikenal dengan *legal research* adalah penelitian hukum yang dilakukan dengan cara mengkaji bahan kepustakaan atau data sekunder).<sup>18</sup> Kemudian penelitian komparatif menurut

---

<sup>17</sup> Tajudinnor, "Mekanisme Transaksi Pelaku Bisnis *e-commerce* Di desa Tanipah Kec. Aluh-Aluh KAB.Banjar" (Banjarasin, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, 2011).

<sup>18</sup> Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum* (Mataram-NTB: Mataram University Press, 2020), hlm, 45.

Muhammad Nazir dan Sugiyono mengartikan bahwa sebagai penelitian yang membandingkan keberadaan satu variable atau lebih pada dua sampel yang berbeda atau lebih pada waktu yang berbeda.<sup>19</sup>

## 2. Bahan Hukum

Dalam penelitian ini, bahan hukum dibagi menjadi tiga jenis, yaitu bahan hukum primer, sekunder, dan tersier.

### a. Bahan hukum primer

Bahan hukum primer dalam penelitian yang akan penulis teliti mengenai “Hukum Penggunaan Sistem *Affiliate* Dalam Sosial *Commerce* Prespektif Hukum Positif dan Hukum Ekonomi Syariah” di antaranya adalah Undang-Undang ITE nomor 11 tahun 2008, yang dikenal sebagai Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), kemudian diubah oleh Undang-Undang ITE nomor 19 tahun 2016. Selain itu, terdapat Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), Peraturan Menteri Perdagangan (PERMENDAG) nomor 31 tahun 2023, serta Fatwa DSN MUI No. 144 tahun 2021 yang membahas tentang *Marketplace* dengan landasan prinsip syariah, serta Fatwa MUI No. 62 tahun 2007 Tentang Akad Ju’alah.

### b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah informasi yang bersumber dari literatur, seperti buku, kitab, dan media informasi lainnya, yang membahas

---

<sup>19</sup> Salmaa, “Penelitian Komparatif: Pengertian, Cara Menyusun dan Contoh Lengkap,” *Penerbit Deepublish* (blog), 8 Agustus 2022, <https://penerbitdeepublish.com/penelitian-komparatif/>.

topik yang relevan dengan sistem affiliate dalam sosial *Commerce*. Ini adalah data yang diperoleh tidak langsung dari sumber-sumber tersebut. Contoh bahan hukum sekunder mencakup karya seperti "Al-Fiqih al-Islami wa Adillatuhu" karya Wahbah al-Zuhaili, serta "Fiqih Muamalah Kontemporer" karya Prof. Dr. H. Abu Azam Al Hadi, M.Ag.

#### c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier yang akan digunakan dalam penelitian ini mencakup Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kamus bahasa asing (Arab dan Inggris), jurnal-jurnal ilmiah yang membahas tentang Sistem Affiliate dalam *Sosial Commerce*, serta norma-norma yang terdapat pada situs web resmi platform TikTok.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang krusial dalam penelitian karena tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan informasi yang diperlukan. Oleh karena itu, teknik pengumpulan data memerlukan bahan-bahan hukum seperti peraturan perundang-undangan dan prinsip-prinsip hukum yang terdokumentasi dalam buku-buku, jurnal, makalah, dan sejenisnya. Data-data ini diperoleh melalui studi dokumen dan studi kepustakaan dengan cara mengumpulkan sumber hukum primer dan sumber hukum sekunder yang menggunakan metode *library research* (Kajian Pustaka) yang bisa didapatkan di perpustakaan dan bisa menjadikan sumber hukum

### 4. Teknik Analisis Data

Untuk mengolah data yang telah diperoleh dari berbagai sumber, peneliti menggunakan beberapa teknik, yaitu:

- a. *Editing* (Seleksi Data): Langkah ini melibatkan pemeriksaan kembali data yang telah diperoleh untuk memudahkan proses penyusunan dan mengidentifikasi kekurangan.
- b. Analisis Data: metode kualitatif dengan pendekatan yuridis normatif. Pendekatan yang digunakan mencakup analisis perundang-undangan, analisis konseptual, dan analisis perbandingan (komparatif), yang melibatkan penelaahan dan analisis mendalam terhadap hasil penelitian.

## **H. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan kejelasan dalam penelitian yang akan dilakukan, diperlukan sebuah sistematika penulisan yang mencakup rangkaian informasi terkait materi yang akan dibahas di setiap bab. Berikut adalah sistematika penulisan yang akan digunakan:

Bab I, adalah Pendahuluan yang berisikan gambaran atau biasa sering disebut sebagai latar belakang penelitian yang disertai dengan alasan melakukan penelitian. Setelahnya ada rumusan masalah yang mana isinya adalah pertanyaan-pertanyaan yang akan diteliti oleh peneliti. Kemudian tujuan masalah yang isinya adalah tujuan peneliti dalam melakukan penelitiannya. definisi operasional yang didalamnya memberikan informasi terkait definisi beberapa istilah yang digunakan pada judul. Selanjutnya ada kajian pustaka yang isinya menjelaskan perihal perbedaan dari penelitian-penelitian yang telah lalu. Terakhir disebut sistematika penulisan karena didalamnya menjelaskan tentang kaidah atau aturan

dalam penulisan.

Bab II, adalah penjelasan mengenai topik yang dibahas dalam suatu penelitian, seperti halnya dalam penelitian yang akan dilakukan ini yaitu terkait sistem *affiliate* dalam TikTok shop.

Bab III, yaitu penjelasan lanjutan mengenai topik yang akan dibahas dalam penelitian yaitu tinjauan menurut hukum positif dan Hukum Ekonomi Syariah tentang sistem *affiliate* dalam sosial *Commerce*.

Bab IV, berisi tentang pembahasan analisis perbandingan hukum antar prespektif hukum positif dan Hukum Ekonomi Syariah terkait penggunaan sistem *affiliate* dalam sosial *Commerce*.

Bab V, bagian akhir dari sebuah penelitian mencakup dari hasil analisis yang dilakukan, sekaligus menunjukkan hubungannya dengan permasalahan yang diteliti. Fungsinya adalah untuk mempermudah pembaca yang ingin mendapatkan gambaran menyeluruh tentang hasil penelitian. memberikan saran-saran untuk meningkatkan kualitas penelitian, mengidentifikasi area-area yang masih memerlukan perbaikan, dan memberikan masukan untuk penelitian selanjutnya.