

**RELASI AFFILIATOR TIKTOK DENGAN TIKTOK SELLER PASCA
BERLAKUNYA PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN NO 31
TAHUN 2023 PERSPEKTIF HUKUM PERIKATAN**

SKRIPSI



Oleh

Ryan Ivan Bahtiar

NIM. 20382041105

PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI MADURA

2024

**RELASI AFFILIATOR TIKTOK DENGAN TIKTOK SELLER PASCA
BERLAKUNYA PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN NO 31
TAHUN 2023 PERSPEKTIF HUKUM PERIKATAN**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Madura
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan
Program Sarjana Hukum Ekonomi Syariah**



Oleh

Ryan Ivan Bahtiar

NIM. 20382041105

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI MADURA
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi berjudul “Relasi *Affiliator* Tiktok dengan Tiktok *Seller* Pasca Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No 31 Tahun 2023 Perspektif Hukum Perikatan” yang disusun oleh Ryan Ivan Bahtiar telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Pamekasan, 1 April 2024

Pembimbing,

Bhismoadi Tri Wahyu Faizal, M.H

NIP. 19930321201931018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Relasi *Affiliator* Tiktok dengan Tiktok *Seller* Pasca Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No 31 Tahun 2023 Perspektif Hukum Peikatan” yang disusun Oleh Ryan Ivan Bahtiar telah di pertahankan di hadapan dewan penguji skripsi pada tanggal 25 April 2024

Dewan Penguji

1. Bhismodi Tri Wahyu Faizal, M.H (Ketua) ()
2. Try Subakti, M.H (Anggota) ()
3. Muhammad taufiq, M.Sy., Ph.D. (Anggota) ()

Mengesahkan;

Dekan Fakultas Syari’ah

Institut Agama Islam Negeri Madura

Prof. Dr. Hj. Musawwamah, M. Hum

NIP. 19650815199803200

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

"Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan,"

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

"sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan."

(QS. Al-Insyirah 94: Ayat 5 dan 6)

Allah SWT 2 kali menyebutkan didalam Al-Qur'an bahwa bersama kesulitan ada kemudahan. Tidak mungkin Allah memberi ujian diluar batas kemampuan hambanya. Jadi jika kamu merasa cobaan dalam hidupmu sangat berat, berkhushudzonlah kepada Allah bahwa kamu kuat dalam menjalaninya.

ABSTRAK

Ryan Ivan Bahtiar, 20382041105, **Relasi Antara *Affiliator* Tiktok dengan Tiktok *Seller* Pasca Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No 31 Tahun 2023 Perspektif Hukum Perikatan**. Skripsi, Program studi Hukum Ekonomi Syari'ah, Institut Agama Islam Negeri Madura, Pembimbing: Bhismoadi Tri Wahyu Faizal, M.H

Kata Kunci : Relasi, Tiktok Shop, Peraturan Menteri Perdagangan.

Suatu relasi atau hubungan kerja sama selalu mengikat kedua belah dan semestinya memiliki hubungan hukum. Salah satunya antara *affiliator* tiktok dengan Tiktok *seller* yang memiliki hubungan hukum. Terlebih lagi setelah berlakunya peraturan Menteri perdagangan no 31 tahun 2023 yang menyebabkan mekanisme Tiktok *affiliate* berubah yang berdampak pula dengan hubungan hukum antara *affiliator* Tiktok dan Tiktok *seller*. Maka dari itu penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang Hubungan Hukum Antara *Affiliator* Tiktok dengan Tiktok *Seller* Pasca Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No 31 Tahun 2023 Perspektif Hukum Perikatan.

Dalam penelitian ini, terdapat rumusan masalah yaitu: 1) Bagaimana relasi *Affiliator* Tiktok Dengan Tiktok *Seller* Pasca Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No 31 Tahun 2023 2) Bagaimana relasi *Affiliator* Tiktok Dengan Tiktok *Seller* Pasca Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No 31 Tahun 2023 Perspektif Hukum Perikatan?. Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif-empiris (gabungan) yang menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan yuridis-Sosiologis dengan teknik analisis data dengan reduksi data, penyajian data dan kesimpulan.

Berdasarkan hasil penelitian ini ialah mekanisme Tiktok *affiliate* dibagi menjadi 2 macam, yaitu *affiliator* yang mendapat penghasilan melalui komisi *affiliate* tiktok. Karena *affiliator* tidak perlu meminta izin saat ingin mengafiliasi produk seller maka keduanya tidak memiliki relasi atau suatu hubungan hukum. Kedua ialah *affiliator* tiktok yang memiliki kontrak Kerjasama dengan *seller* memiliki hubungan hukum sebagai mitra kerja. Namun karena pada saat melakukan kontrak Kerjasama tidak menggunakan kontrak secara resmi maka hubungan hukumnya tidak memiliki kekuatan hukum tetap. Lalu secara perspektif hukum islam *affiliator* yang mendapat penghasilan dari komisi *affiliate* dikategorikan sebagai akad *ju'alah* serta *affiliator* yang mendapat kontrak kerja sama dari *seller* tiktok sah memiliki hubungan hukum meskipun ada perubahan isi perjanjian karena ditutupnya Tiktok shop asalkan tidak ada hal yang merugikan kedua belah pihak dalam isi perjanjian kontrak.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT. Karena atas limpahan rahmat dan hidayahnya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Relasi Affiliator Tiktok Dengan Tiktok Seller Pasca Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No 31 Tahun 2023 Perspektif Hukum Perikatan” dengan baik. Sholawat dan salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarganya, sahabat dan para pengikutnya sampai akhir zaman.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata 1 (S1) pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura.

Saya menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini tidak luput dari bantuan berbagai pihak baik berupa bimbingan, motivasi, saran, moral, dan materi yang sangat berguna. Karena itu rasa terimakasih yang sebesar-besarnya saya ucapkan kepada:

1. Bapak Dr. H. Saiful Hadi M. Pd sebagai Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura yang senantiasa menjadi contoh bagi masyarakat kampus dan masyarakat umum.
2. Prof. Dr. Hj. Siti Musawwamah, M.Hum. selaku Dekan Fakultas Syariah yang senantiasa selalu memberikan motivasi kepada penulis dari berbagai hal, lebih-lebih soal rampungnya penyusunan skripsi ini.

3. Bapak Moh. Afandi, M. H.I sebagai ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah.
4. Bapak Bhismodi Tri Wahyu Faizal, M.H selaku pembimbing yang telah membantu serta membimbing penulis mulai dari awal penulisan Skripsi sampai Skripsi ini benar-benar selesai tepat waktu.
5. H. Hosen, M.HI selaku dosen penasehat akademik, terimakasih atas segala bimbingannya selama masa perkuliahan.
6. Para Dosen pengampu di Fakultas Syariah IAIN Madura yang telah memberikan bekal ilmu yang Insya Allah bermanfaat kepada penulis.
7. Ucapan terima kasih kepada orang tua saya Samsul Rahman dan Suherlin Fauziyah tercinta atas segala pengorbanan yang tiada batas beserta nasehat dan doanya sehingga penulis bisa menyelesaikan Pendidikan S1.
8. Terima kasih kepada kakak kandung saya Syahdilla Elsa Nursyafitri & adik saya Della Wahyuningtyas yang selalu memberikan semangat dan dukungannya yang tak pernah henti.
9. Bank Indonesia yang telah memberikan beasiswa 2 periode berturut-turut dan telah meringankan biaya saya selama perkuliahan serta memberikan banyak pengalaman-pengalaman baru yang hanya bisa didapat jika menjadi penerima beasiswa Bank Indonesia.
10. Komunitas penerima beasiswa Bank Indonesia Generasi Baru Indonesia (GenBI) yang telah menjadi wadah saya mengembangkan bakat dan skill saya serta menjalin relasi yang luas.

11. Para pengguna TikTok affiliate yang sudah menyempatkan waktu dan tenaganya menjadi informan dalam terselesainya skripsi ini.
12. Semua teman-teman penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu, dimana telah mendukung dan menemani penulis dari awal penulisan skripsi ini sampai skripsi ini selesai.

Teriring doa semoga amal yang telah diberikan oleh seluruh pihak tersebut diatas, menjadi amal yang tiada putus pahalanya. Aamiin. Walaupun segenap kemampuan, penulis berusaha namun penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena keterbatasan ilmu. Perlu adanya koreksi, saran dan kritikan yang konstruktif dan sifatnya membangun dari seluruh pembaca yang budiman, senantiasa penulis selalu mengharapkan demi perbaikan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat bagi semua pihak baik untuk penulis secara khusus dan pembaca pada umumnya. Penulis ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr.wb

Pamekasan, 1 April 2024
Penulis,

Ryan Ivan Bahtiar
NIM 20382041105

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian.....	1
C. Tujuan Penelitian	4
D. Kegunaan Penelitian.....	4
E. Definisi Istilah.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Kajian teoritis	8
1. Relasi atau Hubungan Hukum.....	8
2. Hubungan Hukum Dalam Islam.....	9
3. Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023	12
4. Hukum Perikatan	14
B. Penelitian Terdahulu	16
BAB III METODE PENELITIAN	20
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	20
B. Kehadiran Peneliti	22
C. Lokasi Penelitian	22
D. Sumber Data	23
D. Prosedur pengumpulan data.....	24
F. Metode Analisis Data	28
G. Pengecekan Data.....	29
H. Tahapan tahapan Penelitian.....	32

1. Analisis sebelum dilapangan	32
2. Analisis sesudah di lapangan.....	32
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	38
A. Paparan Data.....	38
B. Temuan Penelitian	49
C. Pembahasan	50
1. Relasi atau Hubungan Hukum Antara <i>Affiliator</i> TikTok dengan TikTok <i>Seller</i> Setelah Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023.	51
2. Analisis Relasi atau Hubungan Hukum Antara TikTok <i>Affiliate</i> dengan TikTok <i>Seller</i> pasca Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023 Perspektif Hukum Perikatan.....	56
BAB V Penutup	65
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	76
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	77
RIWAYAT HIDUP.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema mekanisme TikTok affiliate	42
Gambar 1.2 contoh video promosi produk.....	43
Gambar 1.3 menyertakan link produk pada saat mengunggah video	43
Gambar 1.4 logo keranjang kuning (link produk).....	44
Gambar 1.5 pemberitahuan jumlah komisi	44
Gambar 1.6 Perbedaan <i>affiliator</i> TikTok biasa dengan <i>affiliator</i> yang juga mendapat <i>endorse</i> dari <i>seller</i>	44
Gambar 1.7 contoh kontrak kerjasama <i>affiliator</i> tiktok dengan TikTok <i>Seller</i>	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Tugas Penyusunan Skripsi

Lampiran 2: Surat Permohonan Izin Penelitian

Lampiran 3: Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian

Lampiran 4: Surat Bebas Plagiasi

Lampiran 5: Pedoman wawancara *affiliator* Tiktok

Lampiran 6: Pedoman wawancara Tiktok *seller*

Lampiran 7: Pedoman observasi

Lampiran 8: Pedoman dokumentasi

Lampiran 9: Daftar informan

Lampiran 10: Peraturan Menteri perdagangan no 31 tahun 2023 tentang perizininan usaha, periklanan, pembinaan, dan pengawasan pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik

Lampiran 11: Dokumentasi saat wawancara

Lampiran 12 : *Screenshot* gambar contoh kerja sama yang dilakukan oleh *affiliator* TikTok dengan TikTok *seller*.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

TikTok Shop sedang marak-maraknya digandrungi oleh masyarakat terutama bagi mereka yang suka berbelanja melalui *e-commerce*. Hal ini dikarenakan TikTok shop dikategorikan sebagai aplikasi berbasis *social-commerce* atau dalam kata lain aplikasi yang berbasis *social media* namun juga terdapat fitur *marketplace* didalamnya.¹ Pengguna bisa menikmati berbagai konten video sembari berbelanja jika menemukan barang atau suatu produk yang menurut pengguna menarik untuk dibeli. Keunggulan fitur inilah yang membuat TikTok Shop menjadi daya tarik bagi Masyarakat dibandingkan *marketplace* lainnya. Namun aplikasi berbasis *social-commerce* ini menyalahi aturan dari peraturan Menteri perdagangan no 31 tahun 2023. Dalam pasal 21 ayat (3) dijelaskan bahwa aplikasi berbasis *social-commerce* dilarang memfasilitasi transaksi didalamnya. Alhasil Tiktok Shop resmi ditutup oleh pemerintah Indonesia pada tanggal 4 oktober 2023 lalu. Penutupan Tiktok Shop ini menjadi perdebatan dari berbagai kalangan. Mulai dari pembeli, seller TikTok shop, hingga pedagang tradisional. Karena selain peraturan Menteri perdagangan no 31 tahun 2023 faktor ditutupnya TikTok Shop. Adanya kabar bahwa sepinya pasar tradisional juga menjadi salah satu faktor TikTok Shop ditutup oleh pemerintah. Para pedagang tradisional merasa dirugikan karena pada TikTok Shop harga

¹ Eri Yanti Nasution and Tika Indria, "Tren Belanja Online Pada Social Commerce," *Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)* 3, no. 3 (2022): 656.

bebas ditentukan oleh para seller. Sehingga mereka merasa kalah bersaing dari segi harga karena mereka juga berhadapan dengan harga ruko yang mahal.² Dilain sisi para *seller* TikTok Shop bahkan affliator TikTok juga dirugikan saat TikTok Shop ditutup. jumlah download aplikasi TikTok Shop Seller *Centre* untuk para penjual tembus 5,5 juta download.³ Artinya ada sekitar 5,5 juta seller TikTok shop dan juga ditambah pengguna TikTok *affliate* yang kehilangan omset atau mata pencarian mereka. ditutupnya TikTok Shop juga mempengaruhi hubungan hukum yang timbul antara *affliator* TikTok dengan Tiktok *seller*.

Studi tentang TikTok *affliate* memang banyak dilakukan. Namun topik pembahasannya mayoritas seputar pemanfaatan konten promosi dan mekanisme perolehan komisi pada TikTok *affliate*. Belum ada literatur yang membahas dari segi hubungan hukumnya. Penulis hanya menemukan 1 literatur yang membahas tentang hubungan hukum namun objek yang digunakan ialah aplikasi bukalapak dengan penjual atau *merchantnya*. Yaitu jurnal yang berjudul “Hubungan Hukum Antara Bukalapak Sebagai Marketplace Dengan Penjual Sebagai Merchant (Studi Di Bukalapak.Com)” karya dari Jasmine Adhwaisy Meifriday Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret Surakarta. Sehingga studi tentang hubungan hukum antara *affliator* TikTok dengan TikTok *seller* pasca berlakunya peraturan menteri perdagangan no 31 tahun 2023 perspektif hukum perikatan sangat menarik untuk diteliti.

²Nadia Ulva Febrianti, Shalsa Aina Widi Zahrafani, and Wafiatul Afifah, “Pengaruh Tiktok Shop Terhadap Pedagang Pasar Tradisional Di Pasar Tanjung Dan Ambulu Kabupaten Jember,” *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora* 1, no. 4 (2023): 218.

³CNBC Indonesia, “TikTok Rajai Ecommerce RI Sampai Disorot Media Asing,” 26 April 2023, last modified 2023, accessed April 29, 2024, <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230426172829-37-432518/tiktok-rajai-ecommerce-ri-sampai-disorot-media-asing>.

Penelitian ini ingin melengkapi penelitian sebelumnya. Minimnya kesamaan topik yang diteliti dan perbedaan objek membuat penelitian ini perlu ditinjau dari pendekatan yuridis-sosiologis. Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan hukum antara affiliator TikTok dengan TikTok seller pasca berlakunya peraturan Menteri perdagangan no 31 tahun 2023 dan juga mengetahui hubungan hukum antara affiliator TikTok dengan TikTok seller ditinjau dari perspektif hukum perikatan yang menjadi fokus utama dalam penelitian.

Berdasarkan pengamatan sementara, hubungan hukum antara affiliator TikTok dengan TikTok seller tidak memiliki hubungan hukum. Karena affiliator tidak perlu meminta izin kepada seller apabila ingin mengafiliasi produknya. Namun secara hukum islam mekanisme TikTok *affiliate* termasuk pada akad *ju'alah*. Sedangkan *affiliator* yang mendapat kontrak untuk mempromosikan produk dari seller memiliki hubungan hukum namun tidak berkekuatan hukum tetap. Karena kontrak yang dilakukan hanya melalui pesan teks sosial media, tidak menggunakan legal kontrak secara resmi. Namun hal ini perlu di dalam, oleh karena itu penulis ingin mengkaji hubungan hukum antara *affiliator* TikTok dengan TikTok *seller* secara komprehensif dengan pendekatan yuridis-sosiologis.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian di atas maka fokus penelitian yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana Hubungan Hukum Antara *Affiliator* TikTok Dengan TikTok *Seller* Pasca Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023?
2. Bagaimana Hubungan Hukum Antara *Affiliator* TikTok dengan TikTok *Seller* Pasca Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023 Perspektif Hukum Perikatan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Relasi *Affiliator* TikTok Dengan TikTok *Seller* Pasca Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023.
2. Untuk Mengetahui Bagaimana Relasi *Affiliator* Tiktok Dengan Tiktok *Seller* Pasca Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023 Perspetif Hukum Perikatan

D. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini, diharapkan dapat menambah suatu pengetahuan yang sangat berguna untuk memperdalam wawasan khususnya pada relasi atau suatu hubungan hukum antara *affiliator* TikTok dengan TikTok *seller* setelah berlakunya peraturan Menteri perdagangan No. 31 Tahun 2023. Adapun kegunaan yang yang harus diperoleh yakni sebagai berikut :

1. Manfaat Secara Teoritis

Diharapkan penelitian ini mampu memperluas wawasan serta pengetahuan tentang relasi atau suatu hubungan hukum antara *affiliator* TikTok dengan TikTok *seller* setelah berlakunya peraturan Menteri perdagangan No. 31 tahun 2023 untuk dijadikan sebagai suatu referensi, dan kegiatan acuan pada penelitian-penelitian berikutnya.

2. Manfaat secara praktis

- a. Bagi mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura, khususnya mahasiswa Hukum Ekonomi Syariah. Hasil penelitian ini sebagai gambaran untuk penelitian berikutnya dan dapat dijadikan tambahan wawasan pemahaman mengenai suatu relasi atau hubungan hukum antara *affiliator* TikTok dengan TikTok *seller* maupun hubungan hukum antar subjek hukum lainnya.
- b. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan menjadi sebuah patokan bagi peneliti serta dapat memberikan tambahan pengetahuan terhadap peneliti.
- c. Bagi *affiliator* dan TikTok *seller*, dapat menambah pengetahuan dan wawasan mereka tentang suatu hubungan hukum dan cara kerja bagaimana suatu hubungan hukum tersebut bisa berlaku.
- d. Bagi masyarakat, agar masyarakat dapat mengetahui bagaimana sebab dan akibat hubungan hukum itu bisa terjadi.

E. Definisi Istilah

Untuk menghindari terjadinya kesalahan dalam pemahaman judul penelitian ini, maka diperlukan pendefinisian judul yang bersifat operasional agar mudah dipahami dan jelas arah serta tujuannya. Definisi operasional sendiri merupakan penjelasan dari setiap data yang ada pada judul penelitian yang membutuhkan penjelasan lebih lanjut, antara lain sebagai berikut:

1. Relasi atau hubungan hukum adalah hubungan antara dua subjek hukum atau lebih mengenai hak dan kewajiban di satu pihak berhadapan dengan hak dan kewajiban pihak yang lain yang menimbulkan peristiwa hukum. Dalam kata lain hubungan hukum ialah perikatan antara 2 orang atau lebih yang dimana para pihak memiliki hak dan kewajiban yang harus dipenuhi. Apabila hak atau kewajiban tersebut tidak terpenuhi maka sanksi hukum dapat diterapkan.
2. *Affiliator* TikTok adalah orang atau kreator yang mempromosikan barang milik orang lain untuk memperluas pemasaran suatu produk. Kemudian akan mendapatkan komisi apabila produk yang dipromosikan dapat membuat orang lain membeli dari *link* yang terdapat pada video promosinya.
3. TikTok *Seller* adalah orang yang berjualan secara *online* di aplikasi TikTok.
4. Hukum Perikatan adalah Hukum perikatan mengacu pada serangkaian aturan dan prinsip hukum yang mengatur hubungan antara pihak-pihak yang terlibat dalam suatu perjanjian atau kontrak. Istilah “perikatan”

mengacu pada kewajiban atau tanggung jawab hukum yang ditimbulkan oleh perjanjian tersebut.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian teoritis

1. Relasi atau Hubungan Hukum

Relasi atau sebuah Hubungan hukum (*rechtbetrekkingen*) adalah hubungan antara dua subjek hukum atau lebih mengenai hak dan kewajiban di satu pihak berhadapan dengan hak dan kewajiban pihak yang lain.⁴ Dalam kata lain hubungan hukum ialah suatu perikatan antara dua atau lebih subjek yang di mana ada hak dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh semua pihak. Jika hak dan kewajiban ini tidak dipenuhi, sanksi hukum dapat diterapkan.

Hubungan hukum dapat terjadi antara sesama subjek hukum dan antara subjek hukum dengan benda. Hubungan antara sesama subjek hukum dapat terjadi antara orang, orang dengan badan hukum, dan antara sesama badan hukum. Hubungan hukum antara subjek hukum dengan benda berupa hak apa yang dikuasai oleh subyek hukum itu atas benda tersebut, baik benda berwujud, benda bergerak, atau benda tidak bergerak.⁵

⁴Dina Sunyowati, "Hukum Internasional Sebagai Sumber Hukum Dalam Hukum Nasional (Dalam Perspektif Hubungan Hukum Internasional Dan Hukum Nasional Di Indonesia)," *Jurnal Hukum dan Peradilan* 2, no. 1 (2013): 67.

⁵Jasmine Adhwaisy Meifriday and , Pranoto, "Hubungan Hukum Antara Bukalapak Sebagai Marketplace Dengan Penjual Sebagai Merchant (Studi Di Bukalapak.Com)," *Jurnal Privat Law* 8, no. 2 (2020): 274.

Setiap hubungan hukum mempunyai dua segi, yaitu hak atau kewenangan (*beveogheid*) dan kewajiban (*plicht*). Hak dan kewajiban timbul dari suatu peristiwa hukum dan lenyapnya hak dan kewajiban juga bersamaan. Hubungan hukum memiliki tiga unsur, yaitu adanya para pihak, objek, dan hubungan antara pemilik hak dan pengemban kewajiban atau adanya hubungan atas objek yang bersangkutan. Jadi dapat disimpulkan bahwa hubungan hukum ada apabila adanya dasar hukum yang mengatur hubungan hukum itu dan timbulnya peristiwa hukum.⁶ Peristiwa hukum terjadi karena undang-undang dan perjanjian.⁷

2. Hubungan Hukum Dalam Islam

Hubungan hukum akan terjadi apabila ada suatu perjanjian yang menimbulkan peristiwa hukum. Dalam hukum Islam apabila dua kelompok mengadakan ikatan untuk persetujuan dan menimbulkan suatu kewajiban disebut akad.⁸

Perjanjian atau Akad mempunyai arti penting dalam kehidupan masyarakat dan merupakan dasar dari sekian banyak aktivitas keseharian kita. Akad adalah bingkai transaksi dalam ekonomi syariah, karena melalui Akad berbagai kegiatan bisnis dan usaha dapat dijalankan.⁹ Dalam penelitian ini juga pasti ada akan yang mengikat kedua belah pihak antara

⁶Koesrin Nawawie, "Hubungan Dan Akibat Hukum Pihak-Pihak Dalam Kesepakatan Penggunaan Layanan Fitur Go-Food Go-Jek Ditinjau Dari Segi Perjanjian Berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata," *varia hukum*, no. 38 (2018): 110.

⁷Herniyanti Fitri, "Tanggung Jawab Pt. Askes (Persero) Dalam Perjanjian Pelayanan Kesehatan" (Universitas Negeri Lampung, 2012), <https://digilib.unila.ac.id/20349/> .

⁸Darmawati H, "Akad Dalam Transaksi Ekonomi Syari'ah," *Sulesana* 12, no. 2 (2018): 144.

⁹Septarina Budiwati, "Akad Sebagai Bingkai Transaksi Bisnis Syariah," *Jurisprudence* 7, no. 2 (2017): 153.

Affiliator TikTok dan TikTok *Seller*. Karena *affiliator* hanya akan mendapat suatu komisi atau upah saat ia berhasil membuat orang lain membeli barang melalui video yang *affiliator* promosikan. Dalam kata lain *affiliator* akan mendapat komisi bukan karena ia mempromosikan barang dagangan dari TikTok *Seller*. Namun jika *affiliator* mempromosikan dan ada yang membeli melalui video promosi tersebut. Jadi semisal *affiliator* sudah mempromosikan namun tidak ada produk yang terjual maka *affiliator* tidak akan mendapatkan komisi. Maka akad ini termasuk ke dalam akad *ju'alah*.

a. Pengertian akad *ju'alah*.

Secara etimologi akad *jua'lah* ialah sesuatu yang diberikan kepada seseorang karena telah melakukan sesuatu atau mengerjakan sesuatu yang diminta oleh seseorang. Sedangkan secara terminologi akad *ju'alah* yaitu hadiah, imbalan, atau pemberian seseorang dalam jumlah tertentu kepada orang lain yang telah mengerjakan suatu perbuatan khusus yang telah orang lain pinta.¹⁰

Al Ju'alah ialah sesuatu apa saja yang dijadikan upah atau imbalan bagi seseorang atas suatu pekerjaan atau apa saja yang diberikan seseorang untuk melaksanakan suatu pekerjaan tertentu.

¹⁰Neni Nuraeni Sumiati, "Akad Ijarah Dan Jualah Dalam Perspektif Fiqh Perbandingan Pada Kegiatan Bank Syariah Di Indonesia," *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (2022): 192.

Dalam istilah perundang-undangan, hal tersebut dinamakan dengan perjanjian yang berimbalan hadiah.¹¹

b. Rukun akan *ju'alah*

- 1) *Ja'il* : ialah pihak yang mengadakan akad *ju'alah*. Atau pihak yang akan memberi imbalan untuk suatu pekerjaan.
- 2) *Maj'ulah* : ialah pihak yang mengikuti sayembara atau pihak yang mengerjakan sesuatu untuk mendapat upah atau imbalan.
- 3) *Ju'ul* : upah atau imbalan yang diberikan oleh *ja'il*.
- 4) *Shigat* : ialah pernyataan ijab qabul dalam pelaksanaan akad *ju'alah*.¹²

c. ketentuan atau hukum akad *ju'alah*

Lalu ketentuan atau hukum akad *ju'alah* ini juga telah dibahas dan ditentukan dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang akad *Ju'alah*, sebagai berikut:

“Imbalan *Ju'alah* hanya berhak diterima oleh pihak *maj'ul* lalu apabila hasil dari pekerjaan tersebut terpenuhi; Pihak *Ja'il* harus memenuhi imbalan yang diperjanjikannya jika pihak *maj'ullah* menyelesaikan (memenuhi) prestasi (hasil pekerjaan / *natijah*) yang ditawarkan.”¹³

¹¹Haryono, “Konsep Al *Ju'alah* Dan Model Aplikasinya Dalam Kehidupan Sehari-Hari,” *Al Mashlahah Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial Islam*. 6, no. 2 (2018): 645.

¹²Fauqah Nuri Aini, Luqman Hakim Handoko, and Rio Erismen Armen, “Analisis Fiqh Muamalah Terhadap Penghasilan Pada Aplikasi BuzzBreak,” *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law* 6, no. 2 (2023): 279.

¹³izam Bahtiar Rahmika, “Tinjauan Akad *Ju'alah* Terhadap Misi Berhadiah Dalam Fitur Mal Koin Pada Aplikasi Hago” (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2023). 33

3. Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023

a. Pengertian Peraturan Menteri Perdagangan

Menteri merupakan pejabat yang memiliki kedudukan yang sangat tinggi sebagai pelaksana pemerintahan sehari-hari. Artinya, para menteri itulah pada pokoknya yang merupakan pimpinan pemerintahan dalam arti yang sebenarnya di bidang tugasnya masing-masing.¹⁴ sesuai dengan penyebutannya. Menteri perdagangan ialah pejabat yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang perdagangan.

Dengan demikian peraturan Menteri Perdagangan (permendag) ialah suatu peraturan yang dibuat oleh Menteri Perdagangan yang sesuai dengan ruang lingkupnya yaitu perdagangan. Semua yang berhubungan dengan perdagangan seperti regulasi, kebijakan ataupun himbauan yang berurusan dengan bidang perdagangan semuanya diatur dalam peraturan Menteri Perdagangan.

b. Peraturan Menteri Perdagangan Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

TikTok *shop* merupakan salah satu *e-commerce* di Indonesia. Maka TikTok *shop* berada di dalam ruang lingkup dari peraturan Menteri Perdagangan. TikTok *shop* bukan berasal dari aplikasi *e-commerce* pada umumnya yang beroperasi di Indonesia. Perpanjangan dari aplikasi media sosial populer TikTok. Dimana TikTok *shop*

¹⁴Beni Kurnia Illahi, "Kedudukan Dan Karakteristik Peraturan Menteri Dalam Melaksanakan Urusan Pemerintahan Menurut Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945," *Jurnal Legislasi Indonesia* 19, no. 3 (2022): 372.

sendiri memiliki sistem tersendiri untuk memasarkan produknya. TikTok *shop* memanfaatkan basis pengguna *platform* dengan memamerkan produk mereka melalui video buatan pengguna yang menarik. Kesederhanaan dan kreativitas TikTok *shop* memberikan cara baru bagi bisnis kecil dan besar untuk menjangkau pelanggan potensial. Fenomena ini menyebabkan lonjakan penjual dan pembeli di *platform* ini, yang secara efektif menggabungkan dunia media sosial dan *e-commerce*.¹⁵

Namun kesederhanaan dan inovasi baru TikTok *shop* ini tidak sesuai dengan regulasi yang sudah ditetapkan oleh Menteri Perdagangan melalui peraturan Menteri Perdagangan No. 31 tahun 2023. Dalam pasal 21 ayat (3) dijelaskan bahwa, “*PPMSE dengan model bisnis Social-Commerce dilarang memfasilitasi transaksi pembayaran pada Sistem Elektroniknya*”¹⁶

PPMSE merupakan pihak yang menyediakan *platform* untuk PMSE (Perdagangan Melalui Sistem Elektronik) melakukan usahanya. Dalam kasus ini penyedia layanannya ialah aplikasi TikTok. Aplikasi TikTok merupakan aplikasi yang berbasis sosial media. Namun TikTok *shop* berbasis *sosial-commerce*. *Social-*

¹⁵Supena Diansah Shohib Muslim , Muktar, “Implikasi Hukum Penutupan TikTok Shop Terhadap Regulasi Hukum Bisnis Di Indonesia,” *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains* 02, no. 10 (2023): 955.

¹⁶peraturan menteri perdagangan, *Peraturan Menteri Perdagangan No 31 Tahun 2023 Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, Dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Permendag No 31 Pasal 21 Ayat 3 Tahun 2023)* (jakarta, 2023), <https://ditjenpdn.kemendag.go.id/berita/permendag-nomor-31-tahun-2023-tentang-perizinan-berusaha-periklanan-pembinaan-dan-pengawasan-pelaku-usaha-dalam-perdagangan-melalui-sistem-elektronik#:~:text=Berita Berita Artikel-,Permendag Nomor 31 Tahun 2023 tent>.

commerce ialah gabungan dari aplikasi yang berbasis sosial media dan *e-commerce* yang berada dalam satu aplikasi. TikTok *shop* sendiri tidak berada pada aplikasi lain namun bergabung atau dalam kata lain TikTok *shop* merupakan fitur yang ada didalam aplikasi TikTok. Maka dari itu TikTok *shop* dikategorikan sebagai *social-commerce*.

Dalam peraturan Menteri No. 31 tahun 2023 tepatnya pada pasal 21 No. (3) sudah jelas tertera bahwa model bisnis *social-commerce* dilarang memfasilitasi transaksi pembayaran pada sistem elektronik. Dalam artian bahwa TikTok *shop* tidak diperbolehkan beroperasi di Indonesia jika masih dalam satu lingkup aplikasi dengan TikTok. TikTok *shop* harus berada aplikasi lain jika ingin beroperasi di Indonesia.

4. Hukum Perikatan

Hukum perikatan merupakan istilah yang paling luas cakupannya. Istilah "perikatan" merupakan kesepadanan dari istilah Bahasa Belanda "Verbintenis".¹⁷ Menurut Subekti Perikatan adalah suatu perhubungan hukum antara dua orang atau dua pihak, berdasarkan mana pihak yang satu berhak menuntut sesuatu hal dari pihak yang lain, dan pihak yang lain berkewajiban untuk memenuhi tuntutan tersebut. Sedangkan perikatan menurut Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) adalah suatu hubungan hukum antara dua orang yang memberi hak pada

¹⁷ M.Hum. Nanda Amalia, SH., "Hukum Perikatan," *Jurnal Muqtasid* Volume 1 N (2010): 264.

yang satu untuk menuntut barang sesuatu dari yang lainnya, sedangkan orang yang lainnya diwajibkan memenuhi tuntutan itu.¹⁸

Dalam perikatan Islam dikenal istilah al-‘aqdu (akad) yang secara etimologi berarti ikatan. Kemudian dikenal pula istilah al-‘ahdu (janji). Menurut Djamil, istilah al-‘aqdu ini dapat disamakan dengan istilah verbinteniss dalam KUH Perdata. Sedangkan istilah al-‘ahdu dapat disamakan dengan istilah perjanjian atau overeenkomst, yaitu suatu pernyataan dari seseorang untuk mengerjakan atau tidak mengerjakan sesuatu yang tidak berkaitan dengan orang lain.¹⁹

Hubungan hukum terjadi apabila adanya peristiwa hukum yang mengakibatkan terbentuknya suatu perikatan. Dalam kata lain peristiwa hukum akan mengakibatkan terjadinya suatu perikatan yang membuat para pihak (subjek hukum) memiliki hubungan hukum. Menurut KUH Perdata, dasar hukum perikatan berasal dari tiga sumber sebagai berikut:

1) Perikatan yang timbul dari persetujuan (perjanjian).

Kedua pihak debitur dan kreditur dengan sengaja bersepakat saling mengikatkan diri, dalam perikatan mana kedua pihak mempunyai hak dan kewajiban yang harus dipenuhi. Pihak debitur wajib memenuhi prestasi dan pihak kreditur berhak atas prestasi. Ketentuan Pasal 1313 KUH Perdata menyebutkan bahwa: *Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.*

¹⁸Aliya Sandra Dewi, “Perjanjian Berbahasa Asing Yang Dibuat Oleh Notaris Berdasarkan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2004 Tentang Jabatan Notaris,” *Jurnal Cita Hukum* 1 (2013): 9.

¹⁹Nanda Amalia, “Hukum Perikatan.” (Aceh : unanimal press, 2012), 1

2) Perikatan yang timbul dari undang-undang.

Hak dan kewajiban debitur dan kreditur ditetapkan oleh Undang-Undang. Dalam undang-undang diatur bahwa kedua belah pihak (kreditur dan debitur) diwajibkan untuk melaksanakan hak dan kewajibannya masing-masing. Dalam Ketentuan Pasal 1352 KUH Perdata menyebutkan bahwa: *Perikatan-perikatan yang dilahirkan demi undang-undang, timbul dari undang-undang saja, atau dari undang-undang sebagai akibat perbuatan orang.*

3) Perikatan terjadi bukan perjanjian

Perikatan terjadi bukan perjanjian tetapi terjadi karena perbuatan melanggar hukum (*onrecht matigedaad*) dan perwakilan sukarela (*zaak waarneming*). Dalam ketentuan Pasal 1353 KUH Perdata, menyebutkan bahwa : *Perikatan-perikatan yang dilahirkan dari undang-undang sebagai akibat perbuatan orang, terbit dari perbuatan halal atau dari perbuatan melawan hukum.*²⁰

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah proses pengumpulan data yang berhubungan dengan penelitian. Pada penelitian ini peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang juga mengangkat judul yang berbeda dengan menggunakan teori pembahasan yang hampir sama dengan penelitian yang di lakukan oleh peneliti saat ini.

Yakni penelitian ini berjudul, “relasi *Affiliator* TikTok dengan TikTok

²⁰Joko Sriwidodo, *Memahami Hukum Perikatan* (Yogyakarta: Kepel Press, 2012), 8 http://repo.jayabaya.ac.id/13/2/Memahami_Hukum_Perikatan_.pdf.

Seller Pasca Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023 Perspektif Hukum Perikatan”.

Pertama, Nabila Luaili Fauziyah dengan judul skripsinya, “Analisis Hukum Islam Dan Fatwa DSN MUI Nomor 24 Tahun 2017 Tentang Hukum Dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial Terhadap Praktik Promosi Dengan Menggunakan Video Orang Lain Pada Bisnis TikTok *Affiliate* Di TikTok”.²¹ Penelitian ini membahas bagaimana mekanisme *affiliate* marketing pada TikTok shop. Terkhusus lagi bagaimana sistem promosi didalam TikTok *affiliate* ini dan bagaimana hukum jika menggunakan video orang lain yang digunakan untuk mempromosikan suatu barang lalu mendapat komisi dari hal tersebut. Persamaan dengan penelitian ini ialah sama-sama membahas TikTok *affiliate* sebagai objek penelitian. Perbedaanya ialah dari segi pembahasan dimana Nabila Luaili Fauziyah membahas hukum apabila menggunakan atau memanfaatkan video milik orang lain untuk dijadikan video promosi dalam TikTok *affiliate* yang dilihat dari perspektif hukum Islam dan fatwa DSN MUI. Sedangkan penelitian ini lebih menekankan pembahasan relasi *Affiliator* TikTok dengan TikTok *seller* yang ditinjau dari perspektif hukum Perikatan.

Kedua , Siti Khotimah dengan skripsi berjudul, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Komisi Dalam Program TikTok *Affiliate*

²¹ Nabila Luaili Fauziyah, “Analisis Hukum Islam Dan Fatwa Dsn Mui Nomor 24 Tahun 2017 Tentang Hukum Dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial Terhadap Praktik Promosi Dengan Menggunakan Video Orang Lain Pada Bisnis Tiktok *Affiliate* Di Tiktok” (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2023).

(Studi Penelitian *Content Creator* TikTok Di Ponorogo)”²². Persamaan dengan penelitian ini terletak pada objek penelitiannya yang sama-sama membahas tentang TikTok *affiliate*. Namun ada perbedaan dengan penelitian ini, yaitu terletak pada masalah yang diangkat adalah tentang tinjauan hukum Islam tentang pemasaran pada TikTok *affiliate* dan juga bagaimana mekanismenya dalam pembagian komisi setiap ada transaksi dari hasil video promosi yang di yang diposting oleh *affiliator* TikTok. Sementara penelitian ini membahas hubungan hukum atau hal apa yang menjembatani antara *affiliator* TikTok dan TikTok *seller* yang juga ditinjau dari perspektif hukum Perikatan.

Ketiga, Ita Taniya dengan skripsi berjudul, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pemanfaatan Konten Promosi Pada Program Shopee *Affiliate* Di Media Sosial”²³ penelitian ini membahas masalah yang sama yaitu *affiliate* marketing. Namun yang membedakannya ialah pada objek dan fokus masalahnya. Ita Taniya membahas *affiliate* marketing pada aplikasi Shopee atau bisa disebut Shopee *affiliate* sedangkan penelitian ini membahas tentang TikTok *affiliate*. Secara umum *affiliate* marketing memiliki sistem yang sama tetapi ada beberapa sistem yang berbeda dan tentunya memiliki keunggulannya masing-masing. Yang kedua ialah fokus penelitiannya. Ita Taliya

²²Siti Kotimah, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Komisi Dalam Program Tiktok Affiliate (Studi Penelitian Content Creator Tiktok Di Ponorogo)*, 2023.

²³Ita Taniya, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pemanfaatan Konten Promosi Pada Program Shopee Affiliate Di Media Sosial” (Universitas Islam Negeri Walisongo, 2021).

memfokuskan pembahasannya pada pemanfaatan konten video pada Shopee *affiliate* yang ditinjau dari segi hukum Islam. Sedangkan penelitian ini memfokuskan masalah bagaimana relasi atau hubungan hukum antara kedua belah pihak dalam *affiliate* marketing pada aplikasi TikTok yaitu *Affiliator* Tiktok dan *Tiktok Seller* yang ditinjau dari perspektif hukum Perikatan

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif-empiris (gabungan). Penelitian hukum normatif merupakan suatu proses untuk menemukan suatu aturan hukum maupun doktrin hukum untuk menjawab persoalan hukum yang sedang dihadapi. Penelitian hukum normatif (*legal research*) biasanya hanya merupakan studi dokumen, yakni menggunakan sumber bahan hukum yang berupa peraturan perundang-undangan, keputusan/ketetapan.²⁴ penelitian hukum empiris biasa disebut penelitian lapangan (*field research*) ialah penelitian ilmu hukum yang melalui pengolahan terhadap data-data empiris (*ex post*), memiliki kemampuan untuk meramalkan berbagai kemungkinan yang akan terjadi. Dengan kemampuan tersebut memberikan umpan balik bagaimana mengendalikan proses sosial.²⁵ Maka penelitian hukum normatif-hukum empiris (gabungan) yaitu penelitian hukum yang mengkaji pelaksanaan atau implementasi ketentuan hukum positif (perundang-undangan) secara faktual pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat.²⁶

Kemudian pendekatan penelitian yang penulis gunakan yaitu dengan tinjauan yuridis sosiologis. Yuridis sosiologis adalah suatu pendekatan dengan

²⁴Yati Nurhayati, Ifrani Ifrani, and M. Yasir Said, "Metodologi Normatif Dan Empiris Dalam Perspektif Ilmu Hukum," *Jurnal Penegakan Hukum Indonesia* 2, no. 1 (2021): 8.

²⁵Ani Purwati, *Metode Penelitian Hukum Teori Dan Praktek*, ed. Tika Lestari (surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2018).

²⁶Abdulkadir Muhammad, 2004, *Hukum dan Penelitian Hukum*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 134.

berdasarkan norma-norma atau peraturan yang mengikat, sehingga diharapkan dari pendekatan ini dapat diketahui bagaimana hukum yang secara empiris merupakan gejala masyarakat itu dapat dipelajari sebagai suatu variabel penyebab yang menimbulkan akibat-akibat pada berbagai segi kehidupan sosial.²⁷ Hukum empiris memiliki karakteristik tersendiri. Pertama, titik fokus penelitian hukum empiris adalah perilaku hukum dari individu atau masyarakat hukum. Jadi hukum dilihat sebagai suatu gejala sosial, yaitu hukum dalam kenyataan di dalam kehidupan sosial kemasyarakatan. Kedua, karena bersandar pada kenyataan masyarakat, maka sumber data utamanya adalah data primer yang diperoleh melalui studi lapangan (*field research*), dan didukung data data sekunder sebagai data awalnya yang diperoleh melalui studi kepustakaan (*library research*). Penelitian hukum empiris tetap bertumpu pada premis normatif, sebab hukum dikaji sebagai *dependent variable*. Ketiga, karena mengutamakan data primer, maka teknik pengumpulan data dalam penelitian hukum empiris dilakukan melalui pengamatan (*observasi*) dan wawancara (*interview*). Untuk kepentingan tersebut, dibutuhkan adanya penetapan *sampling*, terutama jika hendak meneliti perilaku hukum warga masyarakat. Keempat, penelitian hukum empiris menggunakan kajian yang bersifat *a posteriori* dengan pendekatan penalaran induksi untuk menjelaskan suatu gejala hukum. Kelima, penelitian hukum empiris dalam situasi tertentu membutuhkan hipotesis, terutama dalam penelitian yang bersifat korelatif yaitu mencari korelasi berbagai gejala hukum sebagai variabelnya. Bagaimana pun, kajian

²⁷Rangga Suganda, "Metode Pendekatan Yuridis Dalam Memahami Sistem Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 3 (2022): 5.

ilmu-ilmu sosial itu bersifat deskriptif. Keenam, dari sudut kebenaran yang dituju, penelitian hukum empiris hendak menemukan kebenaran korespondensi yaitu kesesuaian hipotesis atau asumsi yang dibangun dalam suatu penelitian dengan fakta yang berupa data.²⁸

B. Kehadiran Peneliti

Peneliti bertindak sebagai instrumen utama oleh karena itu kehadiran peneliti di lapangan dalam penelitian kualitatif mutlak diperlukan. Instrumen lain selain peneliti dapat dilakukan tetapi fungsinya hanya sebagai pendukung data yang telah dikumpulkan peneliti.²⁹

Kehadiran penelitian yang dimaksud yakni peneliti melakukan sebuah pengumpulan data mengenai relasi atau Hubungan Hukum antara *affiliator* TikTok dengan TikTok *seller* Pasca berlakunya peraturan Menteri perdagangan No. 31 tahun 2023 Perspektif Hukum Perikatan dengan melakukan wawancara terhadap *affiliator* TikTok dan juga TikTok *seller* yang ada di kabupaten Pamekasan.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendapat gambaran dan informasi yang lebih jelas, lengkap, memungkinkan dan mudah bagi peneliti untuk melakukan penelitian atau observasi. Oleh karena itu, maka penulis menetapkan lokasi penelitian adalah tempat di mana penelitian akan dilakukan. Pada penelitian ini peneliti mencari informasi dengan turun langsung ke lapangan melalui

²⁸Purwati, *Metode Penelitian Hukum Teori Dan Praktek*. 66

²⁹Hardani Ahyar et al., *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020). 273

wawancara langsung dengan pengguna *affiliator* TikTok dan juga TikTok *seller* yang ada di kabupaten Pamekasan.

D. Sumber Data

Sumber data adalah tempat didapatkannya data yang diinginkan. Data penelitian dikumpulkan baik lewat instrumen pengumpulan data, observasi, wawancara maupun lewat data dokumentasi. Sumber data secara garis besar terbagi ke dalam dua bagian, yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung (dari tangan pertama). Data primer data yang diperoleh langsung dari lapangan penelitian. Perolehan data primer pada penelitian ini dilakukan melalui beberapa kegiatan yang diantaranya adalah wawancara, observasi dan dokumentasi dengan pihak yang bersangkutan.³⁰ Sumber data primer yakni sumber data yang di dapat dari hasil wawancara yaitu salah satu pengguna *affiliator* TikTok dan juga TikTok *seller* di kabupaten Pamekasan.

b. Data sekunder data sekunder berupa data-data yang sudah tersedia dan dapat diperoleh oleh peneliti dengan membaca, melihat atau mendengarkan. Data ini biasanya berasal dari data primer yang sudah diolah oleh peneliti sebelumnya.³¹ Sumber data yang membantu dan melengkap sumber data primer dalam sebuah penelitian yang didapat dari jurnal, buku, internet, maupun skripsi yang berhubungan dengan relasi atau hubungan hukum dan hukum Perikatan.

³⁰Ismail Nurdin, *Metodologi Penelitian Sosial* (surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019). 171

³¹Ahmad Mustamil Khoiron Adhi Kusumastuti, *Metode Penelitian Kualitatif* (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, 2019).

D. Prosedur pengumpulan data

1. Wawancara

Wawancara (interview) adalah pengumpulan data primer yang bersumber langsung dari responden penelitian di lapangan (lokasi). Wawancara adalah bagian penting dalam suatu penelitian hukum empiris. Karena tanpa wawancara, peneliti akan kehilangan informasi yang hanya diperoleh dengan jalan bertanya secara langsung kepada responden, narasumber atau informan. Wawancara ini dapat menggunakan panduan daftar pertanyaan atau tanya jawab dilakukan secara bebas, yang penting peneliti mendapatkan data yang dibutuhkan³²

Menurut Esterberg terdapat beberapa jenis wawancara, yaitu :

- a) Wawancara Terstruktur (*Structured Interview*) Wawancara terstruktur ini digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Pada wawancara terstruktur ini, setiap responden diberi pertanyaan yang sudah dipersiapkan sebelumnya.
- b) Wawancara Semi Terstruktur (*Semistructured Interview*) Jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in-depth interview*, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan wawancara terstruktur. Atau dalam kata lain pertanyaan yang diajukan bersifat lebih fleksibel dari pada wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini

³²Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum* (Mataram: Mataram University Press, 2020).

adalah menemukan permasalahan yang lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya.

c) Wawancara Tidak Terstruktur (*Unstructured Interview*) Jenis wawancara ini adalah wawancara yang bersifat bebas dan tidak menggunakan pedoman wawancara, hanya menggunakan berupa garis-garis besar atau pokok-pokok penting dari hal yang akan ditanyakan. Dalam wawancara tidak terstruktur, peneliti belum mengetahui secara pasti data apa yang akan diperoleh sehingga peneliti lebih banyak mendengarkan apa yang diceritakan oleh responden.³³

Dalam penelitian yang diteliti ini penulis menggunakan metode wawancara semi terstruktur. Alasan penulis menggunakan interview semi terstruktur, karena *alternative* jawaban tidak ditentukan oleh peneliti. Wawancara dalam peneliti yang dilakukan untuk mendapatkan sebuah informasi dari salah satu pengguna *affiliator* TikTok dan juga TikTok *seller* yang ada di kabupaten Pamekasan.

2. Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang penting dalam penelitian. Observasi digambarkan sebagai sebuah proses yang dilakukan peneliti untuk membangun hubungan antara realitas dan asumsi teoritis mereka. Syamsudin mengartikan observasi sebagai “Kegiatan pengumpulan data penelitian dengan cara melihat langsung

³³Ngajudin Nugroho, Fauzi Akbar, and Maulana Hutabarat, “Analisis Komunikasi Di Pt. Asuransi Buana Independent Medan,” *Jurnal Ilmiah Simantek* 3, no. 1 (2019): 3.

objek penelitian yang menjadi fokus penelitian”. Observasi merupakan cara yang penting untuk mendapatkan informasi yang pasti tentang orang, karena apa yang dikatakan orang belum tentu sama dengan apa yang dikerjakan.³⁴

Pelaksanaan observasi langsung dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu:

a) Observasi partisipan dan observasi nonpartisipan

Observasi partisipan merupakan teknik observasi yang dilakukan dengan cara peneliti terlibat langsung dalam kehidupan dan aktivitas orang yang akan diamati. Di sini peneliti menjadi bagian dari objek pengamatannya. Peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh orang yang diamatinya dan ikut merasakan yang sama saat melakukan aktivitas seperti yang orang yang akan di observasi.

Berbeda dengan observasi partisipan, pada observasi nonpartisipan peneliti tidak terlibat secara langsung dengan kehidupan dan aktivitas orang yang diamatinya. Di sini peneliti bertindak sebagai pengamat independen dan menjaga jarak dengan objek pengamatannya.

³⁴Bachtiar, *Metode Penelitian Hukum* ed. Oksidelfa Yanto (Tangerang: UNPAM PRESS, 2018). 148

b) Observasi sistematis dan observasi nonsistematis

Observasi sistematis yang disebut juga observasi terstruktur merupakan teknik pengamatan yang terlebih dahulu menentukan apa yang akan diamatinya secara sistematis. Artinya, wilayah dan ruang lingkup observasi telah dibatasi secara tegas sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian.

Sebaliknya, observasi nonsistematis tidak menentukan atau mempersiapkan terlebih dahulu lingkup observasi yang akan dilakukannya. Hal ini dilakukan pada saat peneliti tidak tahu persis tentang apa yang akan diamati karena belum mengenal dengan baik lapangan penelitiannya.³⁵

Dalam penelitian yang diteliti ini penulis menggunakan metode observasi partisipan. Karena penulis akan terlibat langsung dengan kehidupan dan aktivitas orang-orang yang diamati yaitu para *affiliator* TikTok dan TikTok *seller* yang ada di kabupaten Pamekasan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, film, gambar (foto), dan karya-karya monumental, yang semuanya itu memberikan informasi bagi proses penelitian. Sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Sebagian besar data yang tersedia

³⁵Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, ed. Syahrani (Banjarmasin: Antasari Press, 2011).
80

adalah berbentuk surat-surat, catatan harian, foto, dan sebagainya. Sifat utama data ini tak terbatas pada ruang dan waktu sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk mengetahui hal-hal yang pernah terjadi di waktu silam.³⁶ Dokumentasi yang dimaksud yakni mencari data atau sebuah informasi berupa bukti *screenshot* penggunaan *affiliate marketing* pada aplikasi TikTok, proses menaruh produk pada TikTok *shop* serta dokumentasi berupa foto saat wawancara dengan *affiliator* TikTok serta TikTok *seller*.

F . Metode Analisis Data

Analisis data merupakan tahap yang penting dalam suatu proses penelitian. Dikatakan penting karena pertanyaan-pertanyaan penelitian akan terjawab pada tahap ini. Menurut Irawan, “Analisis data adalah suatu kegiatan yang bersifat mentransformasikan data menjadi informasi. Data adalah hasil suatu pencatatan, sedangkan informasi adalah makna dari hasil pencatatan”.³⁷ Adapun beberapa tahapan dalam analisis data yakni:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan kata lain, peneliti merangkum kembali data-data untuk memilih dan memfokuskan pada bagian yang penting dan memberikan gambaran yang jelas.

³⁶Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta Press, 2020). 63

³⁷Nur Solikin, *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum* (Pasuruan: Cv. Penerbit Qiara Media, 2019). 129

2. Penyajian Data

Dalam melakukan suatu penelitian dalam mengumpulkan suatu data, penyajian data tidak dapat dipisahkan dengan aktivitas dalam mengumpulkan suatu data. Pada penyajian data, data yang dikumpulkan tergantung kepada fokus yang ingin diteliti. Menampilkan data yang telah didapatkan dari hasil penelitian lapangan untuk memperoleh suatu kesimpulan. Mendisplaykan data dapat mempermudah memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami. Data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang sudah dirangkum untuk dipahami lebih dalam dengan tujuan mencapai suatu kesimpulan Dalam melakukan penyajian data yang harus diperhatikan yakni permasalahan yang akan dikaji. Sehingga penyajian data sangat penting dalam teknik pengumpulan data.³⁸

3. Kesimpulan

Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode penelitian yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah. Pada bagian ini peneliti mengutarakan kesimpulan atas data-data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dan observasi, sehingga menjadi penelitian yang data menjawab permasalahan yang ada.

G. Pengecekan Data

Pemeriksaan keabsahan data pada penelitian kualitatif menjadi salah satu proses terpenting dalam menyajikan sebuah hasil penelitian yang bersifat

³⁸Sugiarti, dkk, Desain Penelitian Kualitatif, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2020), 88.

deskriptif. Setelah data dikumpulkan dilakukan pemeriksaan keabsahan data yang didapatkan di lapangan. Pemeriksaan keabsahan data dilakukan sebagai upaya untuk mengukur apakah data tersebut dan proses pencariannya sudah dilakukan dengan benar.³⁹ Adapun beberapa langkah-langkah sebagai berikut ini:

1. Perpanjangan pengamatan

Dengan perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru. Hal ini juga menjadikan hubungan peneliti dengan narasumber akan semakin mempererat *chemistry* dan membuat jawaban dari informan akan semakin luas karena peneliti semakin mendapatkan kepercayaan setelah adanya hubungan yang semakin akrab.

Berapa lama perpanjangan pengamatan ini dilakukan akan sangat bergantung pada kedalaman, keluasan, dan kepastian data. Kedalaman artinya apakah peneliti ingin menggali data sampai pada tingkat makna. Makna berarti data dibalik yang tampak. Keluasan berarti banyak sedikitnya informasi yang diperoleh. Data yang pasti adalah data yang valid yang sesuai dengan apa yang terjadi.

³⁹Muftahatus Sa'adah, Gismina Tri Rahmayati, and Yoga Catur Prasetyo, "Strategi Dalam Menjaga Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif," *Jurnal Al 'Adad: Jurnal Tadris Matematika* 1, no. 2 (2022): 56, <https://e-journal.iainptk.ac.id/index.php/al-adad/article/download/1113/408%0Ahttps://e-journal.iainptk.ac.id/index.php/aladad/article/view/1113>.

2. Meningkatkan ketekunan

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis. Sebagai bekal peneliti untuk meningkatkan ketekunan adalah dengan cara membaca berbagai referensi buku maupun hasil penelitian atau dokumentasi-dokumentasi yang terkait dengan temuan yang diteliti. Dengan membaca ini maka wawasan peneliti akan semakin luas dan tajam, sehingga dapat digunakan untuk memeriksa data yang ditemukan itu benar/dipercaya atau tidak.

3. Triangulasi

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, teknik pengumpulan data, dan waktu. Triangulasi dapat juga dilakukan dengan cara mengecek hasil penelitian, dari tim penelitian lain yang diberi tugas melakukan pengumpulan data.⁴⁰

Dengan demikian teknik yang dipakai dalam penelitian ini adalah triangulasi. Karena dengan triangulasi kita bisa kembali mengecek keabsahan data yang diperoleh dengan melakukan pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu ataupun dari tim penelitian lain yang diberi tugas melakukan pengumpulan data.

⁴⁰Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif*. (Yogyakarta: Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta Press, 2020). 69

Sehingga data yang diperoleh bisa lebih akurat dan meminimalisir kesalahan.

H. Tahapan tahapan Penelitian

Proses analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Dalam penelitian kualitatif, proses analisis data lebih difokuskan selama proses di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data daripada setelah pengumpulan data

1. Analisis sebelum dilapangan

Penelitian kualitatif telah melakukan analisis data sebelum kita melakukan penelitian sebenarnya atau dengan kata lain sebelum kita terjun untuk mengumpulkan data di lapangan. Analisis dilakukan terhadap data hasil dari studi pendahuluan atau data sekunder yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Namun demikian fokus penelitian ini masih bersifat sementara, dan akan berkembang setelah peneliti terjun langsung ke lapangan.

2. Analisis sesudah di lapangan

Tahap ini di mana peneliti memasuki lapangan dan turut serta melihat aktifitas dengan melakukan beberapa tahapan, yakni: memahami latar penelitian dan persiapan diri, memasuki lapangan dan berperan serta sambil mengumpulkan data serta dokumen. Perolehan data itu kemudian dicatat dengan cermat, menulis peristiwa-peristiwa yang diamati. Pada

penelitian kualitatif ini, setelah peneliti melakukan observasi langsung di lapangan tentunya peneliti telah mengumpulkan beberapa banyak data yang sudah diperoleh dari pihak narasumber. Sehingga hal ini perlu dicatat secara teliti dan terperinci. Mereduksi data artinya merangkum dan memilih suatu hal pokok dan mengfokuskannya pada hal-hal yang penting. Maka semakin sering peneliti melakukan terjun langsung ke lapangan maka akan semakin banyak pula data melalui reduksi data yang diperoleh oleh peneliti.⁴¹

⁴¹Sirajuddin Saleh, *Penerbit Pustaka Ramadhan, Bandung, Analisis Data Kualitatif* (Bandung: Pustaka Ramadhan, 2016), 78 <https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf>.

BAB IV

PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Paparan Data

1. Gambaran Umum TikTok *Affiliate*

TikTok merupakan aplikasi sosial media yang menyediakan fitur musik video yang berasal dari negara China yang *publish* untuk hal layak umum pada tahun 2016. Aplikasi TikTok dikategorikan sebagai *platform* hiburan yang dipergunakan para penggunanya untuk membuat video dengan beragam macam musik berdurasi pendek.⁴² Pengguna aplikasi TikTok ini berasal dari berbagai macam kalangan usia. Mulai dari anak-anak hingga orang dewasa pun banyak yang menggunakan aplikasi TikTok ini. Hal ini karena aplikasi TikTok menyediakan konten video pendek yang menyediakan jenis konten dari berbagai genre. Mulai dari video lucu, otomotif, kartun, berita informatif dan masih banyak lagi. TikTok juga menyediakan berbagai macam kamera efek sehingga banyak digandrungi para remaja sekarang. Hal ini dibuktikan dengan melonjaknya penggunaan aplikasi TikTok. Tercatat aplikasi TikTok telah memiliki 1,67 miliar pengguna aktif bulanan (*monthly active users/MAU*) di seluruh dunia hingga kuartal I-2023, menurut data *Business of Apps*.⁴³

⁴²Putri Naning Rahmana, Dhea Amalia Putri N, and Rian Damariswara, "Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Edukasi Di Era Generasi Z," *Akademika* 11, no. 02 (2022): 403.

⁴³Cindy Mutia Annur, "Jumlah Pengguna TikTok Global Bertambah Lagi Pada Kuartal I-2023," <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2023/07/06/Jumlah-Pengguna-Tiktok-Global-Bertambah-Lagi-Pada-Kuartal-i-2023>.

Karena aplikasi TikTok berkembang pesat pengguna aktifnya. Pada April 2021 TikTok mengembangkan fiturnya dengan meluncurkan fitur TikTok *shop*. Namun tidak hanya menjadi platform jual beli *online* saja TikTok *shop* juga menyediakan program TikTok *affiliate*. TikTok *Affiliate* adalah program atau fitur yang dibuat oleh TikTok sebagai strategi yang dapat menghubungkan kreator dan penjual (*seller*). Program *affiliate* memungkinkan seseorang untuk berjualan tanpa harus menyediakan stok barang.⁴⁴

Dalam TikTok *affiliate* ini setidaknya ada 4 pihak yang terkoneksi, yaitu :

- a. *Merchant*, ialah pihak penyedia produk yang akan dijual yaitu aplikasi TikTok itu sendiri.
- b. *Affiliate network*, ialah pihak yang menjadi penghubung atau yang menjembatani antara orang yang melakukan *affiliate marketing* dan penyedia produk . Atau dalam kasus ini ialah *seller* pada TikTok *shop*.
- c. *Affiliate marketer*, ialah kreator atau pengguna aplikasi TikTok yang melakukan *affiliate marketing* pada produk *merchant* melalui video TikTok yang ia buat.

⁴⁴Narto Sutin and Rahmada Irawan Rizky, "Tiktok Menjadi Trend 2022 Di Platform Sosial Media," *Journal of Social and Political Science* 3, no. 1 (2023): 108Sutin, Narto, and Rahmada Irawan Rizky. "Tiktok.

- d. *Customer*. Atau pengguna yang membeli suatu produk melalui *link* yang ditautkan melalui video yang dipromosikan oleh kreator.⁴⁵

Affiliate ini bisa dibilang menguntungkan semua pihak baik kreator maupun *seller*. *Seller* dapat meningkatkan penjualan karena produknya dipromosikan oleh kreator. Sementara kreator akan mendapat komisi dari dari penjualan produk yang *affiliator* promosikan di Video TikTiknya.

2. Persyaratan Daftar Tiktok *Affiliate*

Ada beberapa persyaratan yang perlu dipenuhi yang perlu dipersiapkan sebelum mendaftar Tiktok *affiliate*. Berikut persyaratannya.

- a. Memiliki akun Tiktok yang aktif. Karena Tiktok *affiliate* ini merupakan fitur dari aplikasi Tiktok maka pengguna harus memiliki aplikasi Tiktok yang aktif.
- b. Memiliki akun Tiktok *shop*. Untuk mendaftar Tiktok *affiliate* tanpa minimum *followers* maka pengguna harus mendaftar akun Tiktok *shop* terlebih dahulu. Cara daftar akun Tiktok *shop* adalah:
 - 1) Buka menu *Profile* pada aplikasi Tiktok.
 - 2) Pilih ikon tiga titik untuk membuka opsi menu.
 - 3) Klik pada *Creator Tools*.
 - 4) Aktifkan Tiktok *Shop* di bagian *Monetization*.
 - 5) Lalu klik bagian setuju syarat dan ketentuan yang muncul pada layar.

⁴⁵Novita et al., "Tiktok Affiliate, a New Marketing Channel for Brands." *Jurnal Inovasi Penelitian*, vol.3 (2023), 7468

- 6) Langkah terakhir tinggal menunggu proses verifikasi dari pihak TikTok.
- c. Memiliki rekening Bank. Rekening bank diperlukan sebagai sarana untuk mencairkan komisi yang didapat saat berhasil mengaffiliatekan suatu produk.⁴⁶

3. Cara Mendaftar Tiktok *Affiliate*

Setelah memiliki akun TikTok *shop*. Tahap selanjutnya yaitu Pengguna mendaftar TikTok *affiliate* dengan langka-langkah sebagai berikut.

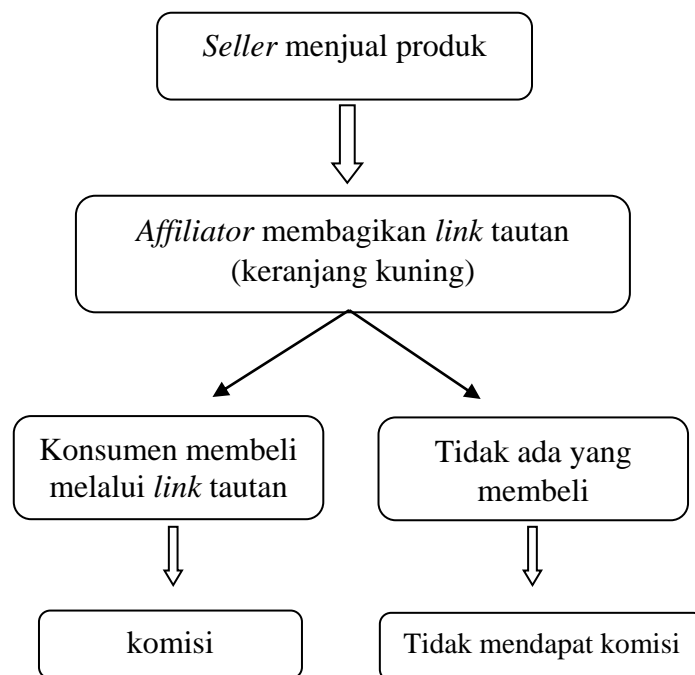
- a. Buka aplikasi Tiktok lalu pilih halaman TikTok *Shop Center*.
- b. Klik daftar.
- c. Baca dan pahami persyaratan dan ketentuan tentang program afiliasi.
- d. Klik tanda *Authorized* sebagai tanda setuju dengan syarat dan ketentuan yang dibuat oleh pihak TikTok.
- e. Isi kolom yang berisi data yang diminta.
- f. Klik atau tekan tanda ceklis tentang pernyataan di halaman informasi dasar.
- g. Lakukan verifikasi menggunakan tanda pengenal seperti KTP kemudian tekan simpan.
- h. Buka email untuk mendapatkan bukti registrasi. lalu masuk ke aplikasi TikTok dan pilih pengaturan dan privasi

⁴⁶Laila Ira, "Cara Daftar TikTok Affiliate Untuk Kreator Dan Seller," last modified 2023, accessed March 19, 2024, <https://bisnis.tempo.co/read/1769444/cara-daftar-tiktok-affiliate-untuk-creator-dan-seller>.

- i. Pengguna langsung bisa melakukan afiliasi produk dan jika berhasil maka komisi bisa langsung akan didapatkan.⁴⁷

4. Mekanisme Tiktok *Affiliate*

Mekanisme TikTok *affiliate* sebagai berikut



Gambar 1.1 Skema mekanisme TikTok *affiliate*

Mekanisme dalam *affiliate* ini cukup mudah. Kreator hanya perlu membuat sebuah video promosi tentang suatu barang. Lalu pada video tersebut disertakan *link* tautan pembelian barang tersebut. Pada saat video tersebut terunggah pada aplikasi TikTok pada bagian kiri bawah terdapat logo keranjang kuning. Lalu apabila pengguna lain membeli produk dari *link* tautan yang kreator sertakan dalam video promosi (melalui keranjang

⁴⁷Ira, "Cara Daftar TikTok Affiliate Untuk Kreator Dan Seller."

kuning yang disertakan), maka kreator akan mendapatkan komisi dari penjualan produk tersebut.

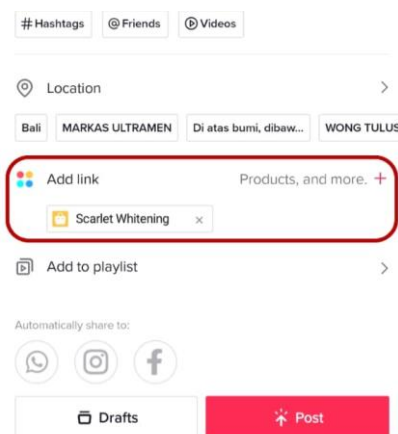
Atau untuk mekanisme secara lengkapnya sebagai berikut :

- a. Affiliator perlu membuat sebuah video promosi suatu produk. Semakin menarik videonya maka akan semakin menarik pembeli.



Gambar 1.2 contoh video promosi produk

- b. Unggah video ke aplikasi TikTok dan jangan lupa cantumkan link video produk.



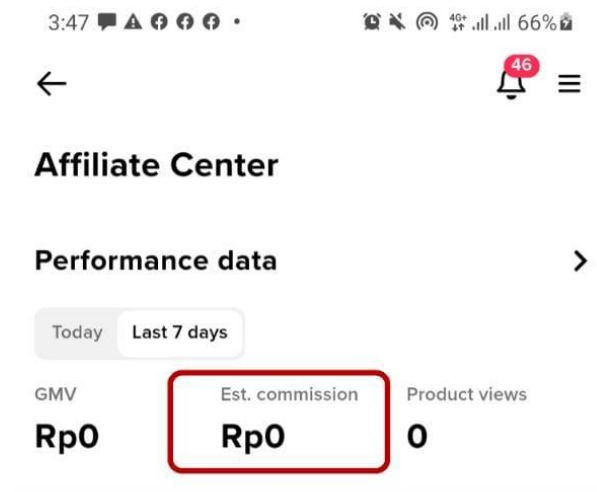
Gambar 1.3 menyertakan link produk pada saat mengunggah video

- c. Logo keranjang kuning akan muncul pada saat video sudah terunggah.



Gambar 1.4 logo keranjang kuning (link produk)

- d. Apabila ada pengguna lain membeli melalui keranjang kuning pada video promosi afiliator. Maka komisi akan langsung masuk pada akun afiliator, tepatnya pada *affiliate center*



Gambar 1.5 pemberitahuan jumlah komisi

Semua tahapan tiktok affiliate diatas bebas semua orang untuk melakukannya. Selagi sudah memenuhi syarat dan ketentuan maka semua orang berhak menjadi afiliator TikTok. Afiliator bisa mendapatkan

komisi tanpa harus stok barang, dan juga tidak harus meminta izin kepada seller apabila ingin mengafiliasi suatu produk.

Seperti yang disampaikan Nur Aini selaku *seller* TikTok melalui wawancara langsung, mengatakan bahwa:

“Untuk penentuan komisi itu *seller* yang menentukan. Ada yang program toko dan program terbuka. Bedanya kalau program toko bisa mengatur setiap produk besaran komisinya berapa sementara program terbuka itu mengatur besara komisi semua produk sama rata. Saya biasanya menggunakan program toko. Semakin tinggi harga barang biasanya saya mengatur komisinya lebih besar.”⁴⁸

Pernyataan tentang mekanisme TikTok *affiliate* juga disampaikan oleh Anisaul Maghfiroh salah satu pengguna TikTok *affiliate*.

“Kalau mekanismenya itu kita sebagai kreator tinggal milih barang yang kita mau *affiliate*kan. Kalau saya milih seputar produk *fashion* atau yang sekiranya menurut saya itu banyak peminatnya dan mudah untuk terjual, jadi tidak perlu izin ke sellernya jika mau meng*affiliate* produknya.”⁴⁹

Mila Darmawati juga menjelaskan perihal mekanisme TikTok *affiliate*, mengatakan bahwa:

“Kalau untuk mekanisme TikTok *affiliate* itu biasanya saya pilih dulu produk yang saya suka. Untuk produknya ada yang dapat gratis dan ada yang saya beli sendiri. Lalu saya membuat video perihal produk tersebut dan mengunggahnya ke aplikasi TikTok. Tetapi sebelum diunggah pastikan *link* tautan dari produknya sudah tercantum.”⁵⁰

Mekanisme TikTok *affiliate* juga disampaikan oleh Siti Asyiah selaku pengguna TikTok *affiliate*, mengatakan bahwa:

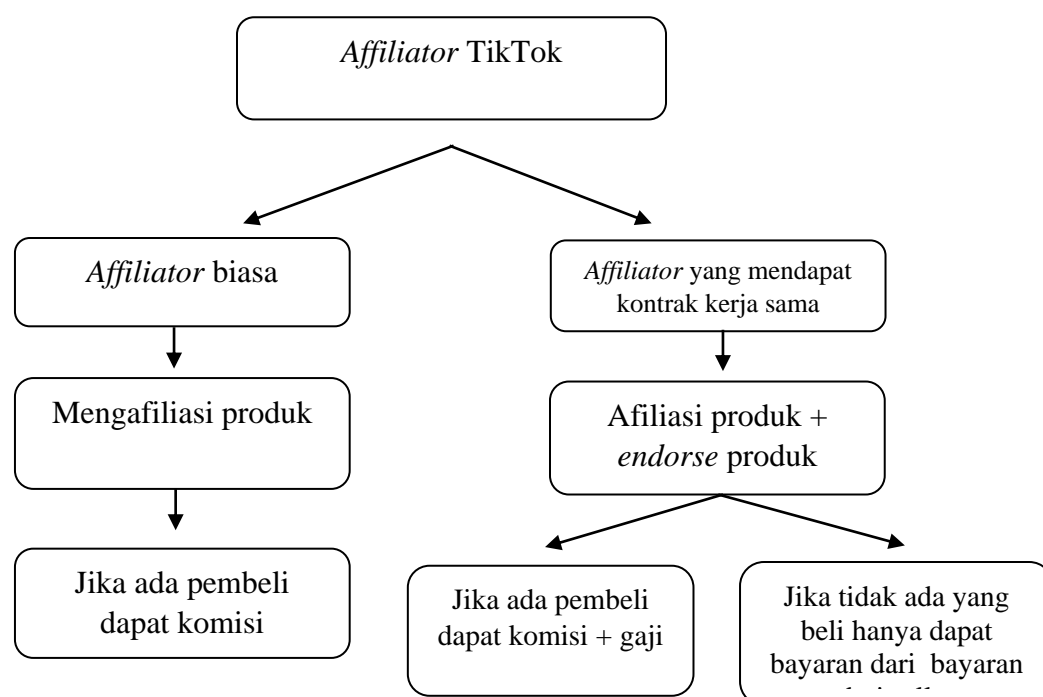
“Untuk TikTok *affiliate* itu tidak perlu izin ke sellernya jika ingin meng*affiliate*kan produknya. Kita sebagai kreator tinggal memilih produk

⁴⁸Nur Aini, Selaku Tiktok *Seller*, Wawancara Langsung (Panglegur, 21 Maret 2024)

⁴⁹Anisaul Maghfiroh, Selaku Pengguna Tiktok *Affiliate*, Wawancara Langsung (Panglegur, 19 Maret 2024)

⁵⁰Mila Darmawati, Selaku Pengguna Tiktok *Affiliate*, Wawancara Langsung (Panglegur, 19 Maret 2024)

mana yang akan kita buat video lalu kita promosikan. Biasanya saya memilih produk yang sedang marak dipakai orang dan produknya yang mudah untuk dijual. Selain itu saya juga dikontrak oleh *seller* (*endorse*) untuk mempromosikan produknya. Jadi saya diminta untuk membuat beberapa video promosi dalam 1 bulan dengan mencantumkan *link* tautan dari produk *brand* tersebut. Jadi jika video produk itu ada yang beli saya dapat 2 macam pemasukan. Dari afiliasi dan juga berupa gaji dari *seller/brand* tersebut.”⁵¹



Gambar 1.6 Perbedaan *affiliator* TikTok biasa dengan *affiliator* yang juga mendapat *endorse* dari *seller*.

Dari beberapa pernyataan yang disampaikan dapat dianalisis bahwa dalam mekanisme TikTok *affiliate* ini para kreator tidak perlu meminta izin jika ini mengafiliasikan produk seller TikTok. Akan tetapi ada juga yang justru *sellernya* sendiri yang menghubungi para kreator meminta untuk produknya dipromosikan dan melakukan sistem kerja sama. Dengan

⁵¹Siti Asyiah, Selaku Pengguna Tiktok *Affiliate*, Wawancara Langsung (Panglegur, 18 Maret 2024)

beberapa permintaan dari *seller* lalu kreator mempromosikan produk sesuai arahan dari *seller*. Maka kreator berhak mendapat komisi dan juga gaji. Komisi didapat karena ada produk yang terjual dari video promosi kreator dan juga gaji didapat karena adanya kontrak kerja sama yang langsung diminta oleh *seller* TikTok.

5. Komisi Yang Didapat TikTok *Affiliate*

Dari hasil wawancara kepada Lya Farista Dewi selaku pengguna TikTok *affiliate*, menyatakan bahwa:

“Komisinya itu bakal didapat jika kreator berhasil membuat pengguna lain membeli produk dari hasil video promosi kita yang sudah disertakan *link* pembelian produk. Jadi semakin banyak pengguna lain yang membeli semakin banyak juga komisi kita. Persentase komisi per produk juga berbeda. Besaran komisi juga tertera pada produk jadi nanti bisa dikira-kiralah keuntungan yang bisa didapat.”⁵²

Pernyataan tentang perolehan komisi TikTok *affiliate* juga disampaikan oleh Mila Darmawati selaku pengguna TikTok *affiliate* menyatakan bahwa :

“Untuk besaran komisi sudah tertera pada produk. Komisi tersebut bisa didapat kreator apabila ada yang membeli produk tersebut melalui video yang kreator unggah. Jadi kita mempromosikan produk melalui video TikTok lalu menyertakan *link* tautan produk tersebut apabila ada yang beli kita sebagai kreator dapat komisi. Kalau tidak ada yang beli tidak dapat apa-apa.”⁵³

Dari beberapa pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan afiliasi dalam TikTok *affiliate*, komisi tidak semerta-merta didapat kreator apabila telah mempromosikan produk dari *seller*. Namun

⁵² Lya Farista Dewi, Selaku Pengguna Tiktok *Affiliate*, Wawancara Langsung (Panglegur, 19 Maret 2024)

⁵³ Mila Darmawati, Selaku Pengguna Tiktok *Affiliate*, Wawancara Langsung (Panglegur, 19 Maret 2024)

juga harus berhasil membuat pengguna lain membeli produk melalui *link* tautan yang sudah ditambahkan pada video promosi kreator.

6. Ekosistem Tiktok *Affiliate* Saat TikTok *Shop* Ditutup

Pada tanggal 4 september 2023 Tiktok *shop* resmi ditutup oleh kementerian perdagangan dalam Negeri Republik Indonesia. Tentu hal ini banyak merugikan banyak pihak terutama *seller* Tiktok, *affiliator* Tiktok serta pihak Tiktok itu sendiri.

Dari hasil wawancara kepada salah satu *affiliator* Tiktok mengenai bagaimana ekosistem Tiktok *affiliate* pada saat Tiktok *shop* ditutup, Anisaul Maghfiroh mengatakan bahwa:

“Kalau pada saat Tiktok *shop* ditutup itu saya vakum dalam Tiktok *affiliate* ini. karena kan saya fokus pada mempromosikan produk melalui keranjang kuning, berbeda mungkin dari kreator lain yang mendapat kontrak atau *endorse* dari *brand* sehingga tetap mendapat penghasilan.”⁵⁴

Lalu mekanisme Tiktok *affiliate* pada saat Tiktok *shop* ditutup juga disampaikan oleh Siti Asyiah selaku pengguna Tiktok *affiliate*, menyatakan bahwa:

“Pada saat Tiktok *shop* ditutup, kan fitur keranjang kuningnya sudah tidak ada. Tetapi fitur *livenya* tetap ada. Jadi saya promosinya lewat *live shopping* Tiktok kalau ada yang ingin membeli produknya saya alihkan ke no WhatsApp ataupun ke *marketplace* lain. Namun itu bukan sistem komisi lagi tetapi saya sistem kontrak dengan *brand*.”⁵⁵

Syahla Adinda selaku pengguna Tiktok *affiliate* juga menyampaikan:

“Kalau yang afiliasi ya saya vakum saat Tiktok *shop* ditutup. Hanya kalau kontrak dari *brand* tetap berjalan. Jadi saya mempromosikan produk

⁵⁴Anisaul Maghfiroh, Selaku Pengguna Tiktok *Affiliate*, Wawancara Langsung (Panglegur, 19 Maret 2024)

⁵⁵Siti Asyiah, Selaku Pengguna Tiktok *Affiliate*, Wawancara Langsung (Panglegur, 18 Maret 2024)

dari *brand* tanpa menautkan *link* produknya. Jadi hanya sebatas mempromosikan melalui video saja.”⁵⁶



Gambar 1.7 kontrak kerjasama affliator dengan seller TikTok Shop

Dari berbagai pernyataan diatas bisa disimpulkan bahwa ditutupnya TikTok *shop* sangat berpengaruh bagi para pihak yang sebelumnya menjadi pegiat usaha didalamnya. Sebagian kreator yang mungkin sudah memiliki banyak *followers*, mereka masih mendapat kontrak kerja sama dari suatu *brand* untuk mempromosikan produk mereka. Namun sebagian lainnya yang hanya mengandalkan dari mempromosikan produk dari *seller* yang tidak mendapat kontrak kerja sama atau hanya mengandalkan produk dari keranjang kuning.

B. Temuan Penelitian

Berdasarkan uraian yang dipaparkan diatas. Serta beberapa informasi yang diperoleh dari hasil wawancara dan juga observasi yang dilakukan oleh

⁵⁶Syahla Adinda, Selaku Pengguna Tiktok *Affiliate*, Wawancara Langsung (Panglegur, 20 Maret 2024)

peneliti, maka dapat dirumuskan beberapa temuan mengenai topik penelitian hubungan hukum antara *affiliator* TikTok dengan TikTok *seller* pasca berlakunya peraturan Menteri perdagangan No. 31 tahun 2023 perspektif hukum Perikatan. Hasil temuan tersebut sebagai berikut antara lain :

- 1) *Affiliator* TikTok dan TikTok *seller* apabila hanya menjalankan sistem TikTok *affiliate* biasa maka hubungan hukumnya sebatas sesama pengguna mekanisme *affiliate* marketing pada TikTok *shop*. Tidak ada kontrak yang mengikat keduanya patuh pada peraturan yang ditetapkan TikTok.
- 2) Sebagian *affiliator* dan TikTok *seller* memiliki hubungan hukum karena melakukan kontrak kerja sama. *Affiliator* mendapat komisi dari penjualan dan juga gaji dari perjanjian kontrak untuk mempromosikan produk *seller*.
- 3) Pada saat TikTok *shop* ditutup, *affiliator* yang mempunyai kontrak dengan *seller* tetap mendapat bayaran dari mempromosikan produk *seller* namun dengan mekanisme dan sistem kontrak yang telah disepakati bersama yang telah diatur kembali

C. Pembahasan

Peneliti akan menguraikan hubungan hukum antara *affiliator* TikTok dengan TikTok *seller* pasca berlakunya peraturan Menteri perdagangan No. 31 tahun 2023 perspektif hukum Perikatan yang menjadi topik penelitian dalam skripsi ini, sebagai berikut :

1. Relasi atau Hubungan Hukum Antara *Affiliator* TikTok dengan TikTok *Seller* Setelah Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023.

Kementerian perdagangan Republik Indonesia menerbitkan peraturan Menteri perdagangan No. 31 tahun 2023 pada 26 September 2023. Peraturan ini merupakan revisi atau pembaruan dari peraturan Menteri perdagangan No. 50 tahun 2020. Tentu ada beberapa aturan yang berbeda dari sebelumnya. Akibatnya banyak aturan yang tidak terpenuhi oleh *marketplace* di Indonesia terutama TikTok *shop*. Alhasil hal ini membuat TikTok *shop* ditutup.

a. Alasan TikTok *Shop* Ditutup

Aplikasi TikTok merupakan aplikasi yang berbasis sosial media. Namun TikTok *shop* berbasis *sosial-commerce*. *Social-Commerce* adalah penyelenggara media sosial yang menyediakan fitur, menu, dan/atau fasilitas tertentu yang memungkinkan pedagang (*Merchant*) dapat memasang penawaran barang dan/atau Jasa.⁵⁷ Dalam kata lain *social-commerce* ialah gabungan dari aplikasi yang berbasis sosial media dan *e-commerce* yang berada dalam satu aplikasi. TikTok *shop* sendiri tidak berada pada aplikasi lain namun bergabung atau dalam kata lain TikTok *shop* merupakan fitur yang ada di dalam aplikasi

⁵⁷peraturan menteri perdagangan, *Peraturan Menteri Perdagangan No 31 Tahun 2023 Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, Dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Permendag No 31 Pasal 21 Ayat 3 Tahun 2023)*.

TikTok. Maka dari itu TikTok *shop* dikategorikan sebagai *social-commerce*.

Social-commerce ini tidak sesuai dengan regulasi yang sudah ditetapkan oleh Menteri perdagangan melalui peraturan Menteri perdagangan No. 31 tahun 2023. Dalam pasal 21 ayat (3) dijelaskan bahwa, “PPMSE dengan model bisnis *social-commerce* dilarang memfasilitasi transaksi pembayaran pada sistem elektroniknya”⁵⁸

PPMSE merupakan pihak yang menyediakan *platform* untuk PMSE (Perdagangan Melalui Sistem Elektronik) melakukan usahanya. Dalam kasus ini penyedia layanannya ialah aplikasi TikTok. Karena fitur TikTok *shop* ini dalam tanda kutip melanggar pasal 21 ayat (3) peraturan Menteri perdagangan No. 31 tahun 2023 maka pemerintah resmi menutup layanan TikTok *shop* efektif per tanggal 4 Oktober 2023 pukul 17:00 WIB.

Penutupan TikTok *shop* ini menimbulkan dampak yang sangat besar tak hanya merugikan pihak TikTok sebagai penyedia jasa. Namun para pihak seperti *seller* dan *affiliator* juga dirugikan. Namun penutupan TikTok *shop* tak bertahan lama, karena pada tanggal 12 Desember 2023 TikTok *shop* kembali beroperasi di Indonesia.

Ada sedikit perubahan dengan beroperasinya kembali TikTok *shop* di Indonesia. Yaitu TikTok *shop* bekerja sama dengan Tokopedia. TikTok membeli 75,01% saham Tokopedia. Unikny dari

⁵⁸peraturan menteri perdagangan, *Peraturan Menteri Perdagangan No 31 Tahun 2023 Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, Dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Permendag No 31 Pasal 21 Ayat 3 Tahun 2023)*.

mekanisme pembelian 75,01% saham Tokopedia ini, adalah TikTok memberikan US\$840.000.000 secara *cash* dan US\$1.000.000.000 dalam bentuk *promissory note*. Totalnya adalah US\$1.840.000.000. lalu dari hasil tersebut US\$340.000.000 digunakan oleh Tokopedia untuk membeli hak eksklusif dari TikTok *shop*. $US\$1.840.000.000 - US\$340.000.000 = US\$1.500.000.000$. Jadi US\$1.500.000.000 ini setara dengan 75,01% saham Tokopedia.⁵⁹ Jadi secara konklusinya ialah TikTok yang sudah beroperasi kembali ini berada dibawah naungan Tokopedia yang dimana Tokopedia juga mayoritas sahamnya dimiliki oleh TikTok. Hal ini masih menjadi persoalan di masyarakat karena TikTok *shop* beroperasi didalam satu aplikasi yang sama yaitu TikTok.

Direktorat Jenderal Menteri perdagangan Isy Karim mengatakan TikTok *shop* diberikan waktu selama 3 sampai 4 bulan untuk mengalihkan semua transaksi dagangnya ke Tokopedia. Ia menambahkan bahwa kelonggaran ini bukan karena perlakuan istimewa. Namun memang diberikan untuk mempermudah pihak Tiktok untuk melakukan perbaikan agar nantinya tidak terjadi hal yang tidak sesuai dengan undang-undang yang berlaku. Contohnya juga kepada *e-commerce* lain seperti Shopee yang juga pernah diberi kelonggaran agar patuh pada Permendag 31, “Seperti Shopee, di Permendag 31 Tahun 2023 itu kan mereka harus menyetop *cross*

⁵⁹Ferry Irwandi, “Kejanggalan Dalam Kembalinya Tiktok Shop.,” 2024, https://youtu.be/myRMTi1Xaok?si=g1b0_uFGS2NZuDmv.

bordernya. Nah itu juga untuk penyesuaian kita kasih batas 3-4 bulan, sama seperti TikTok *shop*,” ujarnya.⁶⁰

Lalu dilansir dari laman resmi kementerian perdagangan republik Indonesia per tanggal 4 Maret 2024 Dirjen Menteri perdagangan Isy Karim mengatakan proses integrasi data TikTok ke TikTok *shop* telah mencapai 87 persen.⁶¹ Jadi kesimpulannya TikTok beroperasi kembali berada dibawah naungan Tokopedia namun proses pemindahan data atau sinkronisasi dan segala hal memerlukan waktu, dan itu sudah diberi kelonggaran oleh kementerian perdagangan republik Indonesia agar tetap mematuhi Permendag No. 31 tahun 2023.

b. Mekanisme TikTok *Affiliate* Pada Saat TikTok *Shop* Ditutup

Pada saat TikTok *shop* ditutup, mekanisme TikTok *affiliate* mengalami perubahan. Para *affiliator* yang mendapat komisi dari *affiliate* produk *seller* kehilangan penghasilannya karena tautan *link* produk (keranjang kuning) sudah tidak tersedia. Berbeda dengan *affiliator* yang mendapat kontrak dari *seller* TikTok *shop*. Sebelum TikTok *shop* ditutup, mereka mendapat 2 macam penghasilan. Yaitu berupa komisi apabila membuat pengguna lain membeli produk *seller*

⁶⁰Elsa Catriana, “Kemendag ‘Buka-Bukaan’ Alasan Kasih Izin TikTok Shop Kembali Dibuka,” last modified 2023, accessed March 16, 2024, <https://money.kompas.com/read/2023/12/20/140000526/kemendag-buka-bukaan-alasan-kasih-izin-tiktok-shop-kembali-dibuka>.

⁶¹Pementrian Perdagangan RI, “Soal Migrasi TikTok Shop, Kemendag: Pembayaran Sudah Di Tokopedia,” last modified 2024, accessed March 16, 2024, <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/soal-migrasi-tiktok-shop-kemendag-pembayaran-sudah-di-tokopedia>.

dari *link* tautan video promosi mereka dan juga gaji dari *seller* karena telah membuat video promosi untuk produk mereka. Pada saat TikTok *shop* ditutup mereka tetap mendapat gaji dari *seller* untuk mempromosikan produk mereka meskipun sudah tidak bisa mencantumkan *link* tautan produk mereka. Tentunya dengan kesepakatan yang telah diatur kembali oleh kedua belah pihak.

Perubahan ataupun penambahan klausul pada kesepakatan kontrak meskipun perjanjian tersebut belum berakhir, disebut adendum.⁶² Perubahan kontrak ini bisa dilakukan apabila kedua belah pihak setuju dengan tambahan atau perubahan isi kontrak. Hal ini juga terdapat dalam Pasal 1320 KUH Perdata menentukan empat syarat sahnya perjanjian, yaitu:

- a) Kesepakatan yang mengikatkan para pihak
- b) Memiliki kecakapan untuk berbuat suatu perikatan;
- c) Suatu pokok persoalan tertentu
- d) Suatu sebab yang tidak terlarang.⁶³

Apabila semua persyaratan tersebut terpenuhi dan tidak ada salah satu pihak dirugikan maka perubahan perjanjian dalam kontrak *affiliator* TikTok dan TikTok *seller* tersebut sah dan diperbolehkan.

⁶²Bernadetha Aurelia Oktavira, "Kapan Adendum Perjanjian Mulai Berlaku?," *Juli 2023*, last modified 2023, accessed March 24, 2024, <https://www.hukumonline.com/klinik/a/adendum-perjanjian-lt5fdaf403dba1a/>.

⁶³*Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Burgerlijk Wetboek*, 2014.

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa *affiliator* TikTok dibagi menjadi 2 kategori. Yang pertama ialah *affiliator* yang mendapat penghasilan dari mengafiliasi produk *seller*. Karena *affiliator* tidak perlu meminta izin kepada *seller*, maka tidak ada hubungan hukum yang mengikat. Keduanya hanya mengikuti peraturan yang ditetapkan oleh aplikasi TikTok itu sendiri. Yang kedua ialah *affiliator* yang juga mendapat kontrak kerja sama oleh *seller*. Karena terikat kontrak, keduanya memiliki hubungan hukum sebagai mitra kerja. Sehingga pada saat TikTok *shop* ditutup meskipun harus kehilangan komisi dari hasil afiliasi produk, *affiliator* tetap mendapat penghasilan dari *seller* dengan ketentuan kerjasama yang diatur ulang.

2. Analisis Relasi atau Hubungan Hukum Antara TikTok Affiliate dengan TikTok Seller pasca Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023 Perspektif Hukum Perikatan

Hubungan hukum akan terjadi apabila ada suatu perjanjian yang menimbulkan peristiwa hukum. Dalam hukum Islam apabila dua kelompok mengadakan ikatan untuk persetujuan dan menimbulkan suatu kewajiban disebut akad.⁶⁴

Perjanjian atau akad memiliki peranan penting dalam kehidupan bermasyarakat dan merupakan hal yang lumrah terjadi pada aktivitas keseharian manusia. Akad adalah bingkai transaksi dalam ekonomi syariah, karena melalui Akad berbagai kegiatan bisnis dan usaha dapat

⁶⁴ Darmawati, "Akad Dalam Transaksi Ekonomi Syari'ah."

dijalankan.⁶⁵ Dalam penelitian ini juga pasti ada akan yang mengikat kedua belah pihak antara *affiliator* TikTok dan TikTok *seller*. Ada 2 macam hubungan hukum antara *affiliator* TikTok dan TikTok *seller* Perspektif Hukum Perikatan yaitu:

a. Relasi *Affiliator* TikTok dengan TikTok *Seller* dengan Sistem Komisi Perspektif Hukum Perikatan

TikTok *affiliate* dengan sistem komisi ini ialah para *affiliator* yang membuat video promosi dengan mencantumkan *link* tautan produk dari *seller* TikTok *shop*. Apabila pengguna lain membeli produk *seller* melalui *link* tautan produk (keranjang kuning) yang ada pada video promosi *affiliator*, maka *affiliator* berhak mendapat komisi sesuai yang sudah tertera pada produk sebelum melakukan afiliasi. Jika tidak ada yang membeli produk *seller* dari video promosi yang sudah diunggah oleh *affiliator*, maka *affiliator* tidak akan mendapat komisi. Dalam kata lain *affiliator* akan mendapat komisi bukan karena ia mempromosikan produk dari TikTok *seller*, namun upah karena berhasil membuat pengguna lain membeli produknya. Maka akad ini termasuk kedalam akad *ju'alah*.

Secara etimologi akad *jua'lah* ialah sesuatu yang diberikan kepada seseorang karena telah melakukan sesuatu atau mengerjakan sesuatu yang diminta oleh seseorang. Sedangkan

⁶⁵Budiwati, "Akad Sebagai Bingkai Transaksi Bisnis Syariah."

secara terminologi akad *ju'alah* yaitu hadiah, imbalan, atau pemberian seseorang dalam jumlah tertentu kepada orang lain yang telah mengerjakan suatu perbuatan khusus yang telah orang lain pinta.⁶⁶

Al Ju'alah ialah sesuatu apa saja yang dijadikan upah atau imbalan bagi seseorang atas suatu pekerjaan atau apa saja yang diberikan seseorang untuk melaksanakan suatu pekerjaan tertentu. Dalam istilah perundang-undangan, hal tersebut dinamakan dengan perjanjian yang berimbalan hadiah.⁶⁷

Rukun akan *ju'alah* ialah sebagai berikut :

- 5) *Ja'il* : ialah pihak yang mengadakan akad *ju'alah*. Atau pihak yang akan memberi imbalan untuk suatu pekerjaan.
- 6) *Maj'ulah* : ialah pihak yang mengikuti sayembara atau pihak yang mengerjakan sesuatu untuk mendapat upah atau imbalan.
- 7) *Ju'ul* : upah atau imbalan yang diberikan oleh *ja'il*.
- 8) *Shigat* : ialah pernyataan ijab qabul dalam pelaksanaan akad *ju'alah*.⁶⁸

Akad *Ju'alah* dianggap telah sah apabila sudah memenuhi seluruh rukun dan syarat dalam pelaksanaannya. Rukun dan syarat tersebut antara lain:

⁶⁶Neni Nuraeni Sumiati, "Akad Ijarah Dan Jualah Dalam Perspektif Fiqh Perbandingan Pada Kegiatan Bank Syariah Di Indonesia," *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (2022): 192.

⁶⁷Haryono, "Konsep Al Ju'alah Dan Model Aplikasinya Dalam Kehidupan Sehari-Hari," *Al Mashlahah Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial Islam*. 6, no. 2 (2018): 645.

⁶⁸Aini, Handoko, and Armen, "Analisis Fiqh Muamalah Terhadap Penghasilan Pada Aplikasi BuzzBreak."

1) Lafal (akad)

Terjadinya akad atau ijab *qabul* merupakan syarat pertama yang harus terpenuhi. Memang pada transaksi perdagangan melalui *marketplace* terutama pada TikTok *shop* ini para pihak tidak langsung semerta-merta bertemu lalu mengucapkan akad dalam perjanjian akad *ju'alah*. Ijab dan *qabul* sudah terlaksana dengan *seller* TikTok menambahkan produknya pada etalase produk afiliasi dan para *affiliator* menambahkan produk pada *link* tautan video promosi mereka. Hal tersebut sudah menunjukkan bahwa kedua belah pihak melakukan ijab *qabul*.

2) Orang yang memberikan janji untuk mengupahnya.

Dalam mekanisme TikTok *affiliate* ini, saat *seller* TikTok *shop* menambahkan produknya pada etalase, afiliasi *seller* sudah harus menambahkan besaran komisi pada setiap produk yang berhasil terjual oleh bantuan video promosi dari *affiliator*. Jadi pada saat barang terjual oleh *affiliator* maka komisi akan otomatis langsung masuk ke akun TikTok *affiliator* yang selanjutnya bisa dicairkan melalui rekening bank. Jadi tidak mungkin terjadi malprestasi dalam akad *ju'alah* pada TikTok *affiliate* ini.

3) Pekerjaan yang hukumnya *mubah* bukan dilarang apalagi sampai diharamkan.

Dalam mekanisme TikTok *affiliate*. Pekerjaan yang dilakukan *affiliator* kepada *seller* TikTok ialah mempromosikan produknya. Tentu produk yang dipromosikan ialah produk yang halal dan diperbolehkan oleh agama Islam dan negara. Karena TikTok *shop* sendiri harus taat pada peraturan pemerintah Indonesia. Jadi semisal ada produk yang haram atau membahayakan otomatis tidak bisa dijual di TikTok *shop*.

4) Harus adanya upah yang jelas.

Mekanisme upah/ komisi dalam TikTok *affiliate* ini sudah jelas tertera pada produk dari *seller* TikTok *shop*. Pada saat *seller* mengunggah produknya ke etalase afiliasi, *seller* harus menambahkan persentase komisi yang didapat oleh *affiliator*.⁶⁹

Didalam kitab Al-Qur'an Allah Subhanahu Wa Ta'ala memperbolehkan pemberian imbalan atau upah kepada seseorang yang telah berkontribusi menemukan barang yang hilang. Hal itu tertera dalam Al-Qur'an surat Yusuf ayat 72.⁷⁰

Allah Subhanahu Wa Ta'ala berfirman :

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

Artinya: “Penyeru-penyuru itu berkata: “Kami kehilangan piala raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh

⁶⁹Sumiati and Neni Nuraeni, “Akad Ijarah Dan Jualah Dalam Perspektif Fiqh Perbandingan Pada Kegiatan Bank Syariah Di Indonesia,” *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 4 (2022): 193.

⁷⁰Hijar Ifyan, “Implementasi Akad Ju ' Alah Dalam Aplikasi Implementasi Akad Ju ' Alah Dalam Aplikasi Tiktok (Mahasiswi Uin Khas Jember)” (Universitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq Jember, 2022). 18

bahan makanan (seberat) beban unta, dan aku menjamin terhadapnya”.

Lalu ketentuan atau hukum akad *ju'alah* ini juga telah dibahas dan ditentukan dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang akad *Ju'alah*, sebagai berikut:

“Imbalan *Ju'alah* hanya berhak diterima oleh pihak *maj'ul* lalu apabila hasil dari pekerjaan tersebut terpenuhi; Pihak *Ja'il* harus memenuhi imbalan yang diperjanjikannya jika pihak *maj'ullah* menyelesaikan (memenuhi) prestasi (hasil pekerjaan / *natijah*) yang ditawarkan.”⁷¹

Jadi bisa ditarik kesimpulan bahwa akad *ju'alah* pada TikTok *affiliate* sah-sah saja dilakukan selama tidak melenceng dari syariat Islam. Contohnya apabila melakukan *affiliate* menggunakan video promosi orang lain. Karena termasuk dalam pencurian maka secara syariat Islam haram hukumnya. Contoh lainnya ialah berbohong atau memberikan informasi yang salah pada saat membuat video promosi dengan tujuan menarik banyak pembeli. Hal ini termasuk dalam unsur pembohongan.

b. Relasi Hubungan Hukum Antara *Affiliator* TikTok Dan TikTok *Seller* Dalam Sistem Perjanjian Kontrak Perspektif Hukum Perikatan

⁷¹Izam Bahtiar Rahmika, “Tinjauan Akad *Ju'alah* Terhadap Misi Berhadiah Dalam Fitur *Mal Koin* Pada Aplikasi *Hago*” (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2023). 33

Dalam kontrak antara *affiliator* TikTok dan TikTok *seller* biasanya *seller* TikTok mengajukan kontrak kerjasama kepada *affiliator* melalui pesan media sosial. Kontrak diajukan dalam bentuk *form* yang berisi data serta peraturan dan mekanisme yang ditentukan oleh *seller* kepada *affiliator*. Setelah mengajukan penawaran *affiliator* akan membaca dan menelaah tawaran kerja sama dari *seller*. Apabila kedua belah pihak sepakat maka kontrak sah dibuat. Biasanya para *affiliator* diminta membuat video promosi milik *seller* TikTok dengan mencantumkan *link* tautan dari produk tersebut. Apabila kewajiban-kewajiban dari kreator sudah terpenuhi maka kreator berhak atas bayaran dari *seller* TikTok. Dan juga kreator berhak atas komisi jika ada penjualan produk melalui video yang dipromosikan oleh kreator.

Berbeda dengan *affiliator* TikTok yang mendapat komisi karena telah membuat orang lain membeli produk mereka, maka tidak dengan *affiliator* yang memang sudah mendapat kontrak kerja sama dari *seller*. Secara garis besar kreator mendapat bayaran (*fee*) dari membuat video promosi tersebut, ada tidaknya pembeli tidak akan menjadi pengaruh terhadap bayaran kepada kreator. Namun jika dalam video promosi tersebut juga mencantumkan *link* tautan produk dan membuat pengguna lain membeli produknya, maka kreator akan mendapat 2 macam penghasilan. Yaitu dari

komisi hasil penjualan dan juga gaji dari *seller* karena telah mempromosikan produknya.

Namun karena TikTok *shop* tidak mematuhi salah satu aturan dari peraturan Menteri perdagangan No. 31 tahun 2023, TikTok *shop* ditutup dan fitur *link* tautan produk (keranjang kuning) sudah tidak lagi tersedia. Kreator yang mendapat kontrak kerja sama dengan *seller* akan mengubah mekanisme dan ketentuan yang sudah ada dalam kontrak kerja sama. Hal ini sah-sah saja asal tidak melanggar rukun akad perjanjian. Rukun akad yang telah disepakati ada empat macam, yaitu:

- 1) Para pihak yang membentuk akad
- 2) Pernyataan kehendak para pihak
- 3) Objek akad, dan
- 4) Tujuan akad.⁷²

Apabila tidak ada hal yang dilanggar dan setelah kesepakatan baru yang dibuat tidak merugikan kedua belah pihak, maka perubahan mekanisme atau penambahan ketentuan tertentu diperbolehkan.

⁷²Urbanus Uma Leu, "Akad Dalam Transaksi Ekonomi Syariah," *Tahkim: Jurnal Hukum dan Syariah* 10, no. 1 (2014): 51, <https://jurnal.iainambon.ac.id/index.php/THK/article/view/63>.

BAB V

Penutup

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan. Maka pada bab terakhir skripsi ini, peneliti menarik kesimpulan dan saran sebagai berikut :

A. Kesimpulan

1. Relasi atau hubungan hukum antara *affiliator* TikTok dengan TikTok *seller* pasca berlakunya peraturan Menteri No. 31 tahun 2023 ialah tidak memiliki hubungan hukum atau tidak memiliki kekuatan hukum tetap. Karena *affiliator* tidak perlu meminta izin kepada *seller* TikTok *shop* karena ketentuan atau mekanisme TikTok *affiliate* sudah ditetapkan oleh pihak TikTok. Namun ada sebagian *affiliator* yang justru mendapat kontrak kerja sama oleh *brand* atau *seller*. Karena kedua belah pihak telah melakukan kontrak kerja sama, maka terjadilah hubungan hukum antara *affiliator* dengan TikTok *seller*. Namun tidak memiliki kekuatan hukum tetap karena kebanyakan kontrak yang dilakukan hanya menggunakan perjanjian melalui pesan teks sosial media tidak menggunakan kontrak secara resmi.
2. Relasi atau hubungan hukum antara *affiliator* TikTok dengan TikTok *seller* pasca berlakunya peraturan Menteri perdagangan No. 31 tahun 2023 perspektif hukum Perikatan terbagi menjadi dua macam. Yang pertama *affiliator* TikTok yang mendapat komisi hasil penjualan dari

video promosi FAJAR termasuk dalam akad *ju'alah*. *Affiliator* mendapat komisi apabila berhasil membuat pengguna lain membeli produk melalui video promosinya. Apabila tidak ada yang membeli *affiliator* tidak akan mendapat komisi. Yang kedua ialah *affiliator* TikTok yang mendapat penghasilan dari komisi *affiliate* dan juga bayaran karena memiliki kontrak kerja sama dengan *seller* TikTok. Pada saat peraturan Menteri perdagangan No. 31 tahun 2023 berlaku dan TikTok *shop* ditutup. Maka TikTok hanya mendapat penghasilan dari kontrak kerja sama dengan *seller*. *Affiliator* kehilangan pemasukan dari komisi karena fitur keranjang kuning tidak tersedia. Tetapi kedua belah pihak tetap memiliki hubungan hukum karena memiliki kontrak kerja sama. Sekalipun nantinya ada perubahan mekanisme sebelum kontrak berakhir asalkan kedua belah pihak setuju dan tidak ada yang dirugikan.

B. Saran

1. Sebaiknya *affiliator* dan TikTok *seller* jika ingin melakukan kontrak kerja sama menggunakan kontrak secara resmi lengkap dengan ketentuan dan mekanisme kerja samanya. Supaya memiliki kekuatan hukum yang jelas. Jadi semisal ada permasalahan, perubahan dalam kontrak perjanjian atau bahkan sampai wanprestasi ada perlindungan hukum yang melindungi.
2. Mekanisme TikTok *affiliate* oleh *affiliator* TikTok dengan TikTok *seller* sebaiknya dilakukan dengan prinsip-prinsip kesyariahan.

Misalnya melakukan video promosi dengan jujur, tidak mengambil video promosi orang lain, tidak menyebarkan informasi kebohongan atau melebihi-lebihkan kegunaan produk demi menarik pembeli. Agar hubungan hukum dan akad *ju'alah* yang diterapkan sah secara islam.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron. *Metode Penelitian Kualitatif*.

Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, 2019.

Ahyar, Hardani, Universitas Sebelas Maret, Helmina Andriani, Dhika Juliana

Sukmana, and Universitas Gadjah Mada. *Buku Metode Penelitian Kualitatif*

& Kuantitatif. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu, 2020.

Armanto, Nuruddin. "Prinsip Dan Landasan Hukum." *Iqtishodiyah* 6 (2020): 72.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Burgerlijk Wetboek, 2014

Muhaimin. *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press, 2020.

Murdiyanto, Eko. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Universitas

Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta Press, 2020.

Nurdin, Ismail. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia,

2019.

Purwati, Ani. *Metode Penelitian Hukum Teori Dan Praktek*. Edited by Tika

Lestari. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2018.

Qustulani, Muhamad. *Modul Matakuliah Hukum Ekonomi Syariah*. Tangerang:

PSP Nusantara Press, 2018.

Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Edited by Syahrani. Banjarmasin:

Antasari Press, 2011.

Solikin, Nur. *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum*. Pasuruan: Cv. Penerbit Qiara Media, 2019.

Sriwidodo, Joko. *Memahami Hukum Perikatan*. Yogyakarta: Kepel Press, 2012.

Sumber Skripsi :

Budiwati, Septarina. “Akad Sebagai Bingkai Transaksi Bisnis Syariah.” *Jurisprudence* 7, no. 2 (2017): 153.

Cindy Mutia Annur. “Jumlah Pengguna TikTok Global Bertambah Lagi Pada I-2023.” <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2023/07/06/Jumlah-Pengguna-Tiktok-Global-Bertambah-Lagi-Pada-Kuartal-i-2023>.

Fauziyah, Nabila Luaili. “Analisis Hukum Islam Dan Fatwa Dsn Mui Nomor 24 Tahun 2017 Tentang Hukum Dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial Terhadap Praktik Promosi Dengan Menggunakan Video Orang Lain Pada Bisnis Tiktok Affiliate Di Tiktok.” Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2023.

Fitri, Herniyanti. “Tanggung Jawab Pt. Askes (Persero) Dalam Perjanjian Pelayanan Kesehatan.” Universitas Negeri Lampung, 2012. <https://digilib.unila.ac.id/20349/>.

H, Darmawati. “Akad Dalam Transaksi Ekonomi Syari’ah.” *Sulesana* 12, no. 2 (2018): 144.

Kotimah, Siti “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pemanfaatan Konten Promosi Pada Program Shopee Affiliate Di Media Sosial” 10 (2021): 6.

Sumber Jurnal / Artikel :

Adhwaisy Meifriday, Jasmine, and , Pranoto. “Hubungan Hukum Antara Bukalapak Sebagai Marketplace Dengan Penjual Sebagai Merchant (Studi Di Bukalapak.Com).” *Jurnal Privat Law* 8, no. 2 (2020): 274.

Aini, Fauqah Nuri, Luqman Hakim Handoko, and Rio Erismen Armen. “Analisis Fiqh Muamalah Terhadap Penghasilan Pada Aplikasi BuzzBreak.” *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law* 6, no. 2 (2023): 279.

Aliya Sandra Dewi. “Perjanjian Berbahasa Asing Yang Dibuat Oleh Notaris Berdasarkan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2004 Tentang Jabatan Notaris.” *Jurnal Cita Hukum* 1 (2013)

Habibie, Rudy. “Dalam Tata Hukum Di Indonesia (Perspektif Sosiologis , Yuridis Dan Politis).” *wasaka hukum* 10, no. 2 (2022): 53.

Haryono. “Konsep Al Ju’alah Dan Model Aplikasinya Dalam Kehidupan Sehari-Hari.” *Al Mashlahah Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial Islam*. 6, no. 2 (2018): 643–657.

Hotman, and Wiwik Handayani. “Perlindungan Konsumen Persepktif Hukum Ekonomi Syari ’ Ah.” *Mu’amalah Jurnal Hukum Ekonomi Syari’ah* 1, no. 1 (2021): 6.

Ifyan, Hijar. “Implementasi Akad Ju ’ Alah Dalam Aplikasi Implementasi Akad Ju ’ Alah Dalam Aplikasi Tiktok (Mahasiswi Uin Khas Jember).” Universitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq Jember, 2022.

Illahi, Beni Kurnia. "Kedudukan Dan Karakteristik Peraturan Menteri Dalam Melaksanakan Urusan Pemerintahan Menurut Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945." *Jurnal Legislasi Indonesia* 19, no. 3 (2022): 368.

Irwandi, Ferry. "Kejagalan Dalam Kembalinya Tiktok Shop,," 2024.
https://youtu.be/myRMTi1Xaok?si=g1b0_uFGS2NZuDmv.

Itang. "Dasar Hukum Ekonomi Islam." *Islamic Economic : Jurnal Ekonomi Islam* 5, no. 2 (2014): 3.

Jaih Mubarak, Khotibul Umam, Destri Budi Nugraheni, Veri Antoni, and Shandy Primandasetio, Kesumawati Syafei. *Ekonomi Syariah*. Edited by Abdul Rasyid. September. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia, 2021.

Kotimah, Siti. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Komisi Dalam Program Tiktok Affiliate (Studi Penelitian Content Creator Tiktok Di Ponorogo)*, 2023.

Leu, Urbanus Uma. "Akad Dalam Transaksi Ekonomi Syariah." *Tahkim: Jurnal Hukum dan Syariah* 10, no. 1 (2014): 51.
<https://jurnal.iainambon.ac.id/index.php/THK/article/view/63>.

Nadia Ulva Febrianti, Shalsa Aina Widi Zahrafani, and Wafiatul Afifah. "Pengaruh Tiktok Shop Terhadap Pedagang Pasar Tradisional Di Pasar Tanjung Dan Ambulu Kabupaten Jember." *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora* 1, no. 4 (2023): 218.

Nanda Amalia, SH., M.Hum. "Hukum Perikatan." *Jurnal Muqtasid* Volume 1 N (2010): 264.

Nawawie, Koesrin. "Hubungan Dan Akibat Hukum Pihak-Pihak Dalam Kesepakatan Penggunaan Layanan Fitur Go-Food Go-Jek Ditinjau Dari Segi Perjanjian Berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata." *varia hukum*, no. 38 (2018): 110.

Novita, Diana, Agus Herwanto, Khasanah, and Dkk. "Tiktok Affiliate, a New Marketing Channel for Brands." *Jurnal Inovasi Penelitian* 3, no. 9 (2023): 7468.

Nugroho, Ngajudin, Fauzi Akbar, and Maulana Hutabarat. "Analisis Komunikasi Di Pt. Asuransi Buana Independent Medan." *Jurnal Ilmiah Simantek* 3, no. 1 (2019): 3.

Nurhayati, Yati, Ifrani Ifrani, and M. Yasir Said. "Metodologi Normatif Dan Empiris Dalam Perspektif Ilmu Hukum." *Jurnal Penegakan Hukum Indonesia* 2, no. 1 (2021): 8.

Oktavira, Bernadetha Aurelia. "Kapan Adendum Perjanjian Mulai Berlaku?" *Juli* 2023. Last modified 2023. Accessed March 24, 2024. <https://www.hukumonline.com/klinik/a/adendum-perjanjian-lt5fdaf403dba1a/>.

peraturan menteri perdagangan. *Peraturan Menteri Perdagangan No 31 Tahun 2023 Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, Dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Permendag No 31*

21 Ayat 3 Tahun 2023). jakarta, 2023.
[https://ditjenpdn.kemendag.go.id/berita/permendag-nomor-31-tahun-2023-tentang-perizinan-berusaha-periklanan-pembinaan-dan-pengawasan-pelaku-usaha-dalam-perdagangan-melalui-sistem-elektronik#:~:text=Berita Berita Artikel-,Permendag Nomor 31 Tahun 2023 tent.](https://ditjenpdn.kemendag.go.id/berita/permendag-nomor-31-tahun-2023-tentang-perizinan-berusaha-periklanan-pembinaan-dan-pengawasan-pelaku-usaha-dalam-perdagangan-melalui-sistem-elektronik#:~:text=Berita%20Berita%20Artikel-,Permendag%20Nomor%2031%20Tahun%202023%20tent.)

Rahmana, Putri Naning, Dhea Amalia Putri N, and Rian Damariswara. "Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Edukasi Di Era Generasi Z." *Akademika* 11, no. 02 (2022): 403.

Rahmika, Izam Bahtiar. "Tinjauan Akad Ju'alah Terhadap Misi Berhadiah Dalam Fitur Mal Koin Pada Aplikasi Hago." Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2023.

RI, Pementrian Perdagangan. "Soal Migrasi TikTok Shop, Kemendag: Pembayaran Sudah Di Tokopedia." Last modified 2024. Accessed March 16, 2024. <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/soal-migrasi-tiktok-shop-kemendag-pembayaran-sudah-di-tokopedia>.

Sa'adah, Muftahatus, Gismina Tri Rahmayati, and Yoga Catur Prasetyo. "Strategi Dalam Menjaga Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif." *Jurnal Al 'Adad: Jurnal Tadris Matematika* 1, no. 2 (2022): 56. <https://e-journal.iainptk.ac.id/index.php/al-adad/article/download/1113/408%0Ahttps://e-journal.iainptk.ac.id/index.php/al-adad/article/view/1113>.

Shohib Muslim , Muktar, Supena Diansah. "Implikasi Hukum Penutupan TikTok

- Shop Terhadap Regulasi Hukum Bisnis Di Indonesia.” *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains* 02, no. 10 (2023): 955.
- Sirajuddin Saleh. *Penerbit Pustaka Ramadhan, Bandung. Analisis Data Kualitatif. Ramadhan*, 2016. <https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf>.
- Suganda, Rangga. “Metode Pendekatan Yuridis Dalam Memahami Sistem Penyelesaian Sengketa Ekonomi Syariah.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 3 (2022): 5.
- Sumiati, Neni Nuraeni. “Akad Ijarah Dan Jualah Dalam Perspektif Fiqh Perbandingan Pada Kegiatan Bank Syariah Di Indonesia.” *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 4, no. 2 (2022): 192.
- Sumiati, and Neni Nuraeni. “Akad Ijarah Dan Jualah Dalam Perspektif Fiqh Perbandingan Pada Kegiatan Bank Syariah Di Indonesia.” *El-Iqtishady: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 4 (2022): 193.
- Sunyowati, Dina. “Hukum Internasional Sebagai Sumber Hukum Dalam Hukum Nasional (Dalam Perspektif Hubungan Hukum Internasional Dan Hukum Nasional Di Indonesia).” *Jurnal Hukum dan Peradilan* 2, no. 1 (2013): 67.
- Suryani. “Konsep Hadis Dan Sunnah Dalam Perspektif Fazlur Rahman.” *Nuansa* 12, no. 2 (2019): 249.
- Sutin, Narto, and Rahmada Irawan Rizky. “Tiktok Menjadi Trend 2022 Di Platform Sosial Media.” *Journal of Social and Political Science* 3, no. 1 (2023)

Yanti Nasution, Eri, and Tika Indria. "Tren Belanja Online Pada Social Commerce." *Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)* 3, no. 3 (2022): 656.

Sumber Website:

Catriana, Elsa. "Kemendag 'Buka-Bukaan' Alasan Kasih Izin Tiktok Shop Kembali Dibuka." Last Modified 2023. Accessed March 16, 2024. [https://Money.Kompas.Com/Read/2023/12/20/140000526/Kemendag-Buka-Bukaan-Alasan-Kasih-Izin-Tiktok-Shop-Kembali-Dibuka](https://money.kompas.com/read/2023/12/20/140000526/kemendag-buka-bukaan-alasan-kasih-izin-tiktok-shop-kembali-dibuka).

Cindy Mutia Annur. "Jumlah Pengguna Tiktok Global Bertambah Lagi Pada I-2023." [https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2023/07/06/Jumlah-Pengguna-Tiktok-Global-Bertambah-Lagi-Pada-Kuartal-I-2023](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/06/jumlah-pengguna-tiktok-global-bertambah-lagi-pada-kuartal-i-2023).

Indonesia, CNBC. "TikTok Rajai Ecommerce RI Sampai Disorot Media Asing." 26 April 2023. Last modified 2023. Accessed April 29, 2024. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230426172829-37-432518/tiktok-rajai-ecommerce-ri-sampai-disorot-media-asing>.

Ira, Laila. "Cara Daftar Tiktok Affiliate Untuk Kreator Dan Seller." Last Modified 2023. March 19, 2024. [https://Bisnis.Tempo.Co/Read/1769444/Cara-Daftar-Tiktok-Affiliate-Untuk-Kreator-Dan-Seller](https://bisnis.tempo.co/read/1769444/cara-daftar-tiktok-affiliate-untuk-creator-dan-seller).

Irwandi, Ferry. "Kejagalan Dalam Kembalinya Tiktok Shop.," 2024. [https://Youtu.Be/Myrmti1xaok?Si=G1b0_Ufgs2nzudmv](https://youtu.be/Myrmti1xaok?si=G1b0_Ufgs2nzudmv).

Ri, Pementrian Perdagangan. "Soal Migrasi Tiktok Shop, Kemendag: Pembayaran

Sudah Di Tokopedia.” Last Modified 2024. Accessed March 16, 2024.

[https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/soal-migrasi-tiktok-](https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/soal-migrasi-tiktok-shop-kemendag-pembayaran-sudah-di-tokopedia)

[Shop-Kemendag-Pembayaran-Sudah-Di-Tokopedia.](https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/soal-migrasi-tiktok-shop-kemendag-pembayaran-sudah-di-tokopedia)

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ryan Ivan Bahtiar

Nim : 20382041105

Prodi : Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah

Instansi : Institut Agama Islam Negeri Madura

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis benar-benar merupakan tulisan dan pikiran sendiri, bukan merupakan pengambilan dari hasil tulisan dan pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.


Pamekasan, 1 April 2024

Mahasiswa,

Ryan Ivan Bahtiar
NIM: 20382041105

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Tugas Penyusunan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI MADURA
FAKULTAS SYARIAH

Alamat: Jln. Raya Panglegur Km. 4 Telp (0324) 322551 Pamekasan 69371
 Website: www.fasva.iaimadura.ac.id E-mail: fasva@iaimadura.ac.id

SURAT TUGAS PEMBIMBING SKRIPSI
 Nomor: B.1351/In.38/FS.2/PP.00.09/9/2023

Dekan Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Madura memberikan tugas dan wewenang sebagai Dosen Pembimbing Skripsi kepada :

Nama : Bhismoadi Tri Wahyu Faizal, M.H.
 NIP : 19930321219031018

Dalam rangka penyusunan skripsi yang dilakukan oleh :

Nama Mahasiswa : Ryan Ivan Bahtiar
 NIM/Semester : 20382041105 / 7 (Tujuh)
 Fakultas/Prodi : Syariah / Hukum Ekonomi Syariah
 Judul Skripsi : Hubungan Hukum antara Affiliator Tiktok dengan Tiktok Seller Pasca Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No 31 Tahun 2023 Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Dengan uraian tugas sebagai berikut :

- Membimbing penyusunan proposal penelitian skripsi;
- Membimbing pelaksanaan ujian proposal penelitian skripsi;
- Membimbing kegiatan penelitian skripsi;
- Membimbing penyusunan laporan penelitian skripsi.


Surat tugas ini berlaku sejak tanggal dikeluarkan sampai dengan penyusunan skripsi mahasiswa tersebut selesai.

Pamekasan, 15 September 2023
 Dekan Fakultas Syariah,




Dr. H. Sid Musawwamah, M.Hum.
 NIP. 196508151998032001

International certification of standardization by:



Lampiran 2: Surat Permohonan Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI MADURA
FAKULTAS SYARIAH

Jl. Raya Panglegur Km. 4 Pamekasan 69371 Jawa Timur, Telp. (0324) 327248 Fax. (0324) 322551
 Website: www.fasya.iainmadura.ac.id email: fasya@iainmadura.ac.id

Nomor : 3.b/In.38/FS.2/PP.00.09/1/2024 Pamekasan, 2 Januari 2024
 Lampiran : -
 Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth:

Di

Assalamu'alaikum Wr. Wbr.


Dalam rangka penulisan Skripsi pada program Sarjana Strata Satu (S-1) Institut Agama Islam Negeri Madura Kami mohon perkenan dan bantuan Bapak/Ibu agar mahasiswa berikut :

Nama	: Ryan Ivan Bahtiar
NIM	: 20382041105
Semester	: VIII (Delapan)
Fakultas	: Syariah
Progam Studi	: Hukum Ekonomi Syariah
Pembimbing	: Bhismoadi Tri Wahyu Faizal, M.H.
Judul Skripsi	: Hubungan Hukum Antara Affiliator Tiktok dengan Tiktok Seller pasca Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No 31 Tahun 2023 Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Memperoleh izin untuk melaksanakan kegiatan Penelitian/Pemagangan di institusi Bapak/Ibu.
 Demikian permohonan ini diajukan dengan harapan dapat dikabulkan. Atas perkenan dan bantuan Bapak/Ibu disampaikan terimakasih.


Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dekan Fakultas Syariah,



Dr. Hj. Siti Musawwamah, M.Hum.
 NIP. 196508151998032001

International certification of standardization by



Lampiran 3: Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian

**SURAT KETERANGAN
TELAH MELAKUKAN PENELITIAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini, menerangkan bahwa:

Nama : Ryan Ivan Bahtiar
NIM : 20382041105
Prodi / Fakultas : Hukum Ekonomi Syariah/ Syariah
Instansi : Institut Agama Islam Negeri Madura

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa tersebut diatas telah melakukan penelitian skripsi yang berjudul "Hubungan Hukum Antara Afiliator Tiktok dengan Tiktok Seller Pasca Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No 31 Tahun 2023 Perspektif Hukum Ekonomi Syariah"

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pamekasan, 21 Maret 2024

Seller Tiktok Shop



Nur Aini

**SURAT KETERANGAN
TELAH MELAKUKAN PENELITIAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini, menerangkan bahwa:

Nama : Ryan Ivan Bahtiar
NIM : 20382041105
Prodi / Fakultas : Hukum Ekonomi Syariah / Syariah
Instansi : Institut Agama Islam Negeri Madura

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa tersebut diatas telah melaksanakan penelitian skripsi berjudul "Hubungan Hukum antara Affiliator Tiktok dengan Tiktok Seller Pasca Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No 31 Tahun 2023 Perspektif Hukum Ekonomi Syariah" .

Demikian surat keterangan ini kami buat, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya

Pamekasan, 19 Maret 2024

Pengguna Affiliator Tiktok



Mila Darmawati

**SURAT KETERANGAN
TELAH MELAKUKAN PENELITIAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini, menerangkan bahwa:

Nama : Ryan Ivan Bahtiar
NIM : 20382041105
Prodi / Fakultas : Hukum Ekonomi Syariah / Syariah
Instansi : Institut Agama Islam Negeri Madura

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa tersebut diatas telah melaksanakan penelitian skripsi berjudul "Hubungan Hukum antara Affiliator Tiktok dengan Tiktok Seller Pasca Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No 31 Tahun 2023 Perspektif Hukum Ekonomi Syariah"

Demikian surat keterangan ini kami buat, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya

Pamekasan, 19 Maret 2024

Pengguna Affiliator Tiktok



Lya Farista Dewi

**SURAT KETERANGAN
TELAH MELAKUKAN PENELITIAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini, menerangkan bahwa:

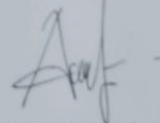
Nama : Ryan Ivan Bahtiar
NIM : 20382041105
Prodi / Fakultas : Hukum Ekonomi Syariah/ Syariah
Instansi : Institut Agama Islam Negeri Madura

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa tersebut diatas telah melakukan penelitian skripsi yang berjudul "Hubungan Hukum Antara Affiliator Tiktok dengan Tiktok Seller Pasca Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No 31 Tahun 2023 Perspektif Hukum Ekonomi Syariah"

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.


Pamekasan, 19 Maret 2024

Affiliator Tiktok



Anisaul Maghfiroh

Lampiran 4: Surat Bebas Plagiasi

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI MADURA
FAKULTAS SYARIAH
Alamat: Jln. Raya Panglegur Km. 4 Telp (0324) 322551 Pamekasan 69371
E-mail: fasya@iainmadura.ac.id Website: www.fasya.iainmadura.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI
Nomor : B.432/In.38/FS.2/PP.00.09/04/2024


Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah, Fakultas Syariah IAIN Madura menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas di bawah ini:

Nama : Ryan Ivan Bahtiar
NIM : 20382041105
Program Studi : Hukum Ekonomi Syari'ah
Judul Skripsi:

Hubungan Hukum Antara Affiliator Tiktok dengan Tiktok Seller pasca Berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan No 31 Tahun 2023 Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiasi 25 % dengan hasil turnitin 23% pada naskah skripsi yang disusun. Surat Keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk mengikuti ujian skripsi.

Pameksan, 05 April 2024
a.n. Kaprodi HES
Sekprodi HES


Ah. Kusairi, M.H.I.
NIP. 198106122023211015

Lampiran 5: Pedoman wawancara *affiliator* TikTok

Adapun pertanyaan yang diajukan sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme pemilihan produk pada TikTok *affiliate*? Apakah harus meminta izin kepada *seller*?
2. Bagaimana hubungan hukum antara *affiliator* TikTok dengan TikTok *seller*? (status kedua belah pihak sebagai apa?)
3. Bagaimana mekanisme TikTok *affiliate* pada saat TikTok *shop* ditutup?
4. Apakah pernah mendapat tawaran kontrak kerja sama (*endorse*) dari *brand* atau *seller* TikTok *shop*?
5. (Jika pernah) bagaimana kelanjutan kontrak kerja sama pada saat TikTok *shop* ditutup?

Lampiran 6: Pedoman wawancara TikTok seller

Adapun pertanyaan yang diajukan sebagai berikut:

1. Mengapa anda menggunakan program *affiliate* marketing daripada menjual produk anda sendiri?
2. Bagaimana hubungan hukum anda dengan *affiliator* TikTok?
3. Besaran komisi pada produk yang berhasil *affiliator affiliate*kan ditentukan oleh siapa?
4. Apabila produk anda di*affiliate* orang lain apakah berpengaruh ke angka penjualan anda?
5. Apakah pernah anda mengajak kerja sama kepada *affiliator*/kreator untuk mempromosikan produk anda?

Lampiran 7: Pedoman observasi

Pedoman observasi merupakan sebuah cara untuk mengambil data-data yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan secara langsung di lapangan penelitian. Adapun pedoman observasi dalam penelitian ini adalah:

No	Hal yang di observasi	Keterangan
1	Melakukan observasi awal dengan mencari informasi mengenai mekanisme TikTok <i>affiliate</i> pada <i>affiliator</i> TikTok	Dijumpai
2	Melakukan observasi kepada <i>seller</i> TikTok tentang mekanisme TikTok <i>shop</i> dan cara agar bisa produk <i>seller</i> TikTok bisa di <i>affiliate</i> orang lain	Dijumpai
3	Melakukan analisis mengenai hubungan hukum antara <i>affiliator</i> TikTok dengan TikTok <i>seller</i> pasca berlakunya peraturan Menteri perdagangan No. 31 tahun 2023 perspektif hukum Perikatan	-

Lampiran 8: Pedoman dokumentasi

Adapun pedoman dokumentasi yang di gunakan peneliti dalam penelitian ini antara lain :

Jenis dokumentasi	Uraian
Dokumentasi foto saat melakukan wawancara	Ada
<i>Screenshot</i> gambar contoh produk yang <i>diaffiliate</i> (keranjang kuning)	Ada
Kontrak kerja sama <i>affiliator</i> TikTok dengan <i>brand</i> atau <i>seller</i> TikTok <i>shop</i>	Ada

Lampiran 9: Daftar informan

No	Nama lengkap	<i>Username Akun Tiktok</i>
1	Siti Asyiah	@ig_aisyahputie17
2	Anisaul Maghfiroh	@anisa._id
3	Mila Darmawati	@by.md_
4	Lya Farista Dewi	@lyyfarista
5	Syahda Adita	@syahdaadita
6	Syahla Adinda	@syahla.adinda
7	Sri Hartatik	@srhrtatik
8	Nur Aini	@akuuainie
9	Moh Ilham Ali Bahtiar	@ilham_ali

Lampiran 10: Peraturan Menteri perdagangan no 31 tahun 2023 tentang perizininan usaha, periklanan, pembinaan, dan pengawasan pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik

13. Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 39, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6641);
14. Peraturan Presiden Nomor 11 Tahun 2022 tentang Kementerian Perdagangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 19);
15. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 36 Tahun 2018 tentang Pelaksanaan Pengawasan Kegiatan Perdagangan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 338);
16. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 69 Tahun 2018 tentang Pengawasan Barang Beredar dan/atau Jasa (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 813);
17. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 29 Tahun 2022 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Perdagangan (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 492);

MEMUTUSKAN:

kan : PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN TENTANG PERIZINAN BERUSAHA, PERIKLANAN, PEMBINAAN, DAN PENGAWASAN PELAKU USAHA DALAM PERDAGANGAN MELALUI SISTEM ELEKTRONIK.

BAB I
KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Menteri ini yang dimaksud dengan:

1. Perdagangan adalah tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi barang dan/atau jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas barang dan/atau jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi.
2. Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang selanjutnya disingkat **PMSE** adalah Perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.
3. Sistem Elektronik adalah serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan/atau menyebarkan informasi elektronik.

- 13 -

- (2) PPMSE dengan model bisnis Lokapasar (*Marketplace*) dan/atau *Social-Commerce* dilarang bertindak sebagai produsen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang distribusi Barang.
- (3) PPMSE dengan model bisnis *Social-Commerce* dilarang memfasilitasi transaksi pembayaran pada Sistem Elektroniknya.

Pasal 22

Dalam hal PPMSE dalam negeri, PSP yang tidak dikecualikan dari ketentuan kewajiban memiliki Perizinan Berusaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (3), dan PPMSE luar negeri yang telah menunjuk perwakilan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 ayat (1) mengakhiri kegiatan usahanya, pemilik, pengurus, atau penanggung jawab wajib menyampaikan laporan, data, dan/atau informasi secara elektronik melalui Lembaga OSS.

BAB IV IKLAN ELEKTRONIK

Bagian Kesatu Umum

Pasal 23

- (1) Pelaku Usaha dapat membuat dan/atau melakukan pengiriman Iklan Elektronik untuk kepentingan pemasaran atau promosi.
- (2) Iklan Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi informasi yang disampaikan melalui sarana media elektronik dan/atau saluran komunikasi elektronik.

Pasal 24

Pembuatan Iklan Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23 ayat (1) mencakup pembuatan, publikasi, dan penyebarluasan Iklan Elektronik untuk kepentingan pemasaran atau promosi.

Pasal 25

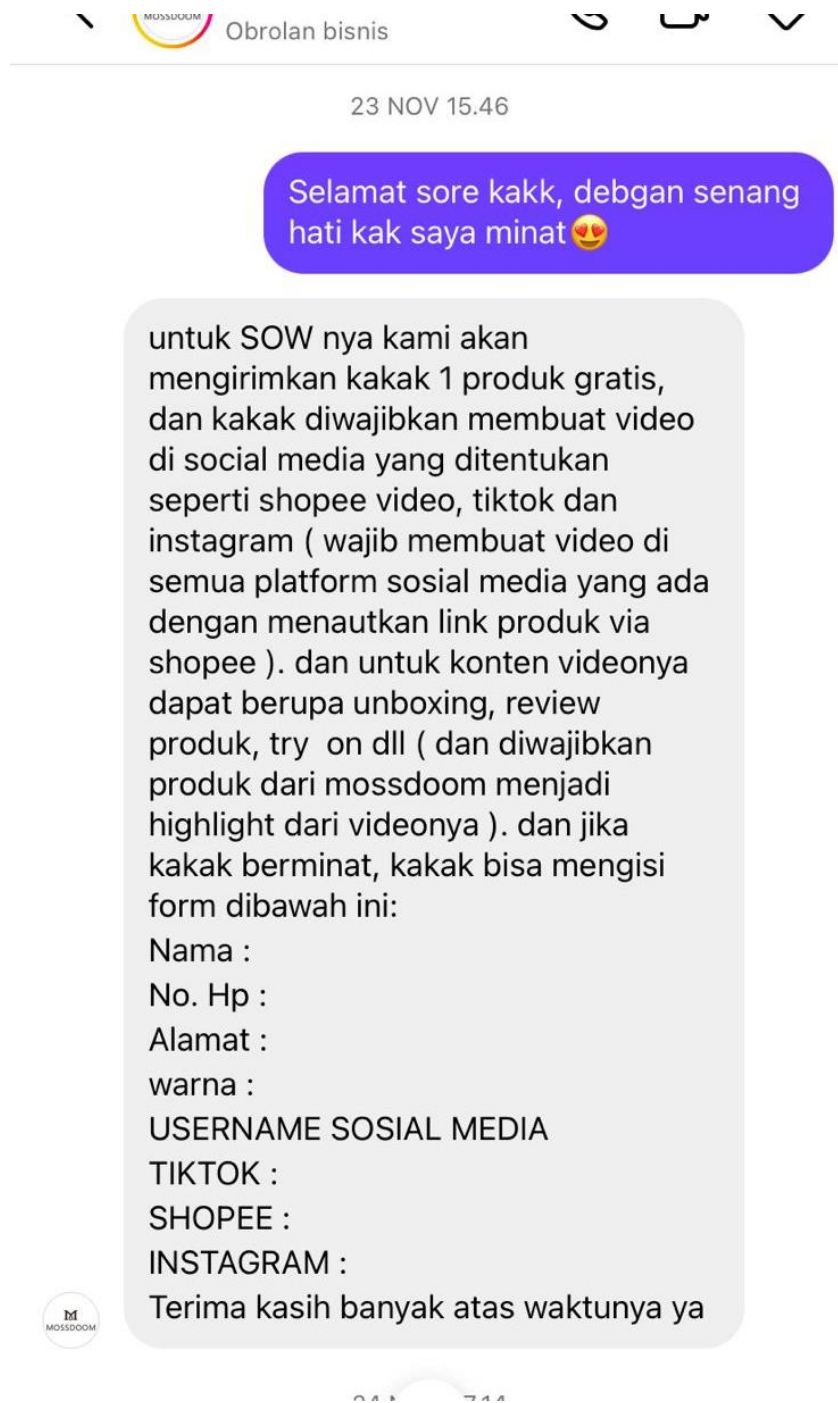
- (1) Pengiriman Iklan Elektronik sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23 ayat (1) dapat disampaikan secara waktu nyata dalam jaringan atau terhubung secara jeda waktu di luar jaringan melalui jaringan sarana komunikasi elektronik, baik saluran telekomunikasi, penyiaran, maupun internet.
- (2) Iklan Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1)

Lampiran 11: Dokumentasi saat wawancara





Lampiran 12: Screenshot gambar contoh kerja sama yang dilakukan affiliator tiktok dengan tiktok seller



RIWAYAT HIDUP



Ryan Ivan Bahtiar dilahirkan di desa Tobungan, kecamatan Galis, kabupaten Pamekasan pada 16 april 2002. Merupakan anak ke-2 dari 3 bersaudara sekaligus anak laki-laki satu-satunya dari pasangan keluarga Samsul Rahman dan Suherlin Fauziyah.

Menempuh Pendidikan dasar hingga perguruan tinggi semuanya di kabupaten pamekasan. Lulus pada tahun 2014 di SDN Tobungan 2, SMP Negeri 5 Pamekasan lulus pada tahun 2017, serta SMA Negeri 2 pamekasan lulus pada tahun 2020. Lalu melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi di Institut Agama Islam (IAIN) Madura mulai tahun 2020 di program studi Hukum Ekonomi Syariah (HES), Fakultas Syariah

Selama menjadi mahasiswa awalnya hanya menjadi mahasiswa yang kurang aktif di organisasi dan hanya memfokuskan diri untuk belajar didalam kelas. Namun pada semester 4 pada saat dibukanya pendaftaran beasiswa Bank Indonesia sayapun mendaftar dan alhamdulillahnya saya lolos. Para beasiswa Bank Indonesia ini dikumpulkan pada satu komunitas Bernama GenBI (generasi baru Indonesia). Dimana kita disatukan sesama penerima beasiswa bank Indonesia dan kita bertugas untuk menjadi frontliner dari Bank Indonesia untuk menyampaikan kebijakan-kebijakan bank Indonesia serta melaksanakan program kerja yang bermanfaat baik dalam bidang Pendidikan, sosial, Kesehatan Masyarakat maupun media informatif. Dari komunitas inilah saya memiliki relasi yang lebih luas dan mengasah kemampuan *hardskill* dan *softskill* saya.

Pada periode kedua saya sebagai penerima beasiswa Bank Indonesia saya diamanahkan untuk menjadi kepala divisi kominfo yang bertugas untuk mengatur segala media dan informasi-informasi mengenai Bank Indonesia hingga kegiatan-kegiatan sosial GenBI lainnya.

Berbagai prestasi juga sempat saya dapatkan seperti karya terbaik dalam virtual exhibition kategori lomba gambar oleh AIDE Consultant Indonesia tahun 2021 serta juara 1 lomba *economic law of syariah* kategori film pendek universits Muhammadiyah Makassar tahun 2021. Selain itu ada beberapa pengalaman lain seperti ketua panitia dalam rangka HUT Generasi baru Indonesia ke 11 tahun 2022, pemateri dalam pelatihan Genbi Dokumentasi serta juri lomba poster dalam rangka dies natalis ke-5 UKK KSR PMI unit IAIN Madura.