

ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP BISNIS AFFILIATE MARKETING PADA MARKETPLACE TIKTOKSHOP

Hasyim Asy'ari¹, Faizul Abrori²

¹Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Banyuwangi

²Sekolah Tinggi Agama Islam Nirul Huda Situbondo
hasyimari33@gmail.com, faizulabrori12@gmail.com

Abstrak

Dunia bisnis semakin berkembang yang awalnya hanya di dunia nyata akan tetapi berkembang ke dunia maya. Artinya pelaku bisnis mulai mengikuti perkembangan zaman yang sudah barang tentu sangat modern. Sehingga perlu kiranya ada bantuan pencerahan dibidang muamalah untuk meberikan pandangan hukum terkait dengan apapun aktivitas yang dilakukan oleh pelaku bisnis. Oleh karena itu, peneliti ingin ikut sumbangsih pemberian hukum tentang bisnis affiliate marketing pada marketplace tiktokshopdengan tujuan supaya pelaku bisnis tidak bimbang dalam melakukan usahanya yang digeluti. Penelitian ini menggunakan jenis literatur review dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan datanya dengan memakai studi dokumentasi literatur kontemporer dengan memadukan buku-buku klasik sebagai telaah analisis. Sehingga menghasilkan bisnis affiliate ini diperbolehkan dalam hukum ekonomi syariah karena diqiyaskan dengan akad jualah.Sedangkan praktiknya harus menyesuaikan atau ikut aturan fitur marketplace tiktokshop. Sehingga pengguna baru harus menyiapkan segala bentuk persyaratannya demi keberlangsungan penggunaan aplikasi tiktopshop.

Kata Kunci: *Affiliate Marketing, hukum Islam, Tiktokshop*

A. Latar belakang

Pandemi membawa pergeseran dan kebiasaan baru dimana masyarakat dituntut untuk semakin dekat dengan teknologi agar tetap terhubung dan melaksanakan aktivitas secara virtual. Di masa pandemi yang mengakibatkan ruang gerak terbatas, memaksa para pemasar untuk semakin inovatif dan kreatif dalam menarik minat beli produk secara online. Minat beli perlu

dipahami oleh pemasar untuk menggambarkan prospek pembelian konsumen di masa depan. Berdasarkan laporan yang diterbitkan wearesocial.com yang berjudul *Digital 2021: Indonesia* menyebutkan bahwa pengguna aktif sosial media di Indonesia berjumlah 170 juta jiwa (KEMP & datareportal.com, 2021), dengan kata lain 83% masyarakat Indonesia yang sudah menggunakan internet telah memanfaatkan sosial media dalam kehidupan sehari-harinya.

Generasi yang paling banyak aktif dalam mengakses sosial media adalah generasi muda. Generasi Z tergolong dalam generasi muda yang lahir pada tahun 1995 – 2010 yang memiliki usia berkisar 11 - 26 tahun saat ini. Generasi Z merupakan konsumen masa depan yang mahir dalam menggunakan teknologi, mereka menyukai suatu hal yang detail dan up to date serta proses yang serba instan. Peningkatan jumlah orang yang terpapar internet dan menggunakan media sosial setiap tahunnya, dipandang sangat menarik oleh para pemasar untuk minat beli konsumen.

Phone Arena mewartakan 47% dari pengguna aplikasi Tiktok menyampaikan bahwa mereka sudah melakukan pembelian setelah melihat video pada aplikasi Tiktok. Dan disampaikan sebanyak 67% pengguna Tiktok mendapatkan angsan angsan atau rekomendasi dalam melakukan pembelian walaupun tidak terencana sebelumnya (Fajrin & Nextren.com, 2021).

Ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen beberapa diantaranya, yaitu viral marketing, affiliate marketing, kualitas produk dan harga.

Internet mampu menyebarluaskan iklan dengan jangkauan yang begitu luas dan cepat, salah satunya dengan *viral*

marketing. Viral marketing merupakan pengembangan pemasaran *word of mouth* yang berbasis internet terkait sistem penyampaian pesan iklan yang sangat berpengaruh atau berantai dari satu konsumen dan dikomunikasikan kepada konsumen lainnya (P. dan G. A. Kotler dalam Muliajaya et al., 2019).

Penyebaran dengan jangkauan yang luas, berbiaya rendah dan timbulnya pengaruh yang besar adalah efek dari pemasaran viral melalui media sosial. Pembaca akan menyukai pesan yang menarik perhatian, dan muncul peluang penyebarluasan informasi kepada pihak lain di dunia maya sehingga menjadi viral (Sari, 2019).

Viral marketing dapat distimulasi oleh *affiliate marketing*. Anshari & Mahani, (dalam Batu, Situngkir, Krisnawati, & Halim 2019) mendefinisikan *affiliate marketing* sebagai aktivitas kolaborasi yang melibatkan organisasi, perusahaan atau situs untuk mendapatkan profit bagi kedua belah pihak dalam suatu kesepakatan melalui kegiatan mengiklankan produk atau layanan. Affiliater yang mampu mempengaruhi minat beli konsumen secara luas sehingga mampu mendatangkan *traffic* ke website sampai terjadi transaksi akan mendapatkan komisi.

Tiktok merupakan platform berbagi video berdurasi pendek dengan maksimal durasi 3 menit yang memuat berbagai macam jenis konten unik disertai musik yang digunakan untuk mengekspresikan diri pengguna dan banyak digunakan untuk kepentingan komersil bisnis. Penggunaan platform Tiktok didominasi oleh generasi Z yang lahir pada tahun 1995 hingga 2010 (Firamadhina & Krisnani, 2020).

Pada semua jenis media sosial pasti menggunakan algoritme, namun teknologi Artificial Intelligence (AI) yang mengontrol

operasional platform Tiktok memiliki algoritme yang lebih demokratis sehingga memungkinkan konten yang diciptakan pengguna menjadi viral (Firamadhina & Krisnani, 2020). Konten yang dibuat di aplikasi Tiktok berkenaan dengan program Shopee Affiliate mengandung unsur review terhadap kualitas produk, harga produk serta menyebarkan referral link agar konsumen langsung menuju pada produk yang diminati

Selain produk yang viral, aspek lain yang dipertimbangkan oleh konsumen sebelum memutuskan minatnya terhadap suatu barang atau jasa adalah kualitas produk Tjiptono (dalam Wi& Ibrahim, 2017) mendefinisikan kualitas produk adalah suatu keadaan dinamis mengenai kemampuan suatu hal dalam memenuhi atau melampaui impian konsumen yang berkaitan dengan produk, jasa, individu, proses dan lingkungan. Pada dasarnya kualitas merupakan upaya sebuah perusahaan dalam mewujudkan sebuah produk dengan spesifikasi lebih baik dari ekspektasi konsumen.

Program afiliasi tersebut memberikan peluang bagi para affiliate marketer (sebutan bagi pemasar produk), untuk mendapatkan komisi dari hasil penjualan produk yang dipasarkannya. Beberapa cara yang dapat ditempuh untuk mengetahui jenis internet marketing dengan bentuk akad tertentu ialah dengan mengetahui peran dari pelaku yang terlibat, mekanisme, serta aplikasinya.

Jika diperhatikan dari mekanismenya, *affiliate marketing* dapat termasuk dalam akad jual beli dengan menggunakan perantara orang ketiga. Dalam islam, perbuatan mengupah perantara karena jasanya diperbolehkan.

Dalam islam, kedudukan suatu akad dalam suatu transaksi amatlah penting dan menempati tempat yang krusial sebagai salah satu syarat yang menentukan diperbolehkan atau tidaknya transaksi bermuamalah. Karena itu, dalam bisnis marketingpun harus memperhatikan kedudukan dalam akad. Dalam memenuhi suatu akad, ada beberapa syarat yang mutlak dipenuhi yaitu syarat umum dan syarat yang khusus. Praktek affiliate marketing adalah suatu transaksi yang dilakukan melalui alat telekomunikasi yang dalam ketentuan fiqih tidak dijelaskan sehingga praktek affiliate marketing perlu dicari persamaannya atau qiyasannya dengan konsep muamalah didalam fiqih agar mudah menentukan hukumnya.

Tidak dapat dipungkiri bahwa ada beberapa praktik muamalah dengan badan perantara ada yang dibolehkan dan ada yang tidak diperbolehkan. Maka dari itu berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang bagaimana analisis hukum islam terhadap bisnis affiliate marketing pada marketplace tiktokshop.

B. Metode Penelitian

Desain penelitian ini adalah *Literature Review* atau tinjauan pustaka. *Literatures review* adalah uraian tentang teoris, temuan dan bahan penelitian lain yang diperoleh dari bahan acuan untuk dijadikan landasan kegiatan penelitian. *Literature review* berisi ulasan, rangkuman, dan pemikiran penulis tentang beberapa sumber pustaka (artikel, buku, slide, informasi dari internet) tentang topik yang dibahas. *Literature review* yang baik harus bersifat relevan, mutakhir, dan memadai. Landasan teori, tinjauan teori, dan tinjauan pustaka merupakan beberapa cara untuk

melakukan *literature review*. *literature review* ini berupa penjelasan atau pembahasan tentang teori dari suatu temuan atau topik penelitian. Dari penjelasan teori-teori tersebut dapat dijadikan sebagai landasan teori dalam membuat karya ilmiah atau dalam melakukan kegiatan penelitian. Selain itu, penelitian yang sedang dilakukan bisa berupa pengembangan dari penelitian sebelumnya atau bisa juga penelitian yang baru pertama kali dilakukan.¹

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh bukan dari pengamatan langsung. Akan tetapi data tersebut diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu. Data sekunder menurut sugiyono (2018) merupakan data yang diperoleh peneliti atau pengumpul data secara tidak langsung. Dikatakan tidak langsung karena data diperoleh melalui perantara, yaitu bisa lewat orang lain, ataupun lewat dokumen.² Sumber data sekunder yang dimaksud berupa buku dan laporan ilmiah primer atau asli yang terdapat di dalam berita, artikel dan jurnal. Sumber data penelitian ini adalah artikel, jurnal dan berita yang ada di internet.

Kumpulan data Studi Literatur yang terdiri dari artikel jurnal, textbook, handbook, arsip maupun regulasi adalah cara untuk menyelesaikan persoalan dengan menelusuri sumber-sumber tulisan yang pernah dibuat sebelumnya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengumpulan data *literature review* dengan urutan struktur tematik. Struktur Tematik mengelompokkan dan

¹Restu, "Literatur Review: pengertian, metode, manfaat, dan cara membuat," jurnal Gamedia.com, 2021

²Yusuf Abdhul, "Data Sekunder: Pengertian, Sumber Data dan contoh Di Penelitian," jurnal deepublishstore.com, 2023

mendiskusikan sumber-sumber sesuai tema atau topiknya. Dengan mengelompokkan tema atau topik penelitian, dapat menunjukkan jenis topik yang penting dan memperkuat ketajaman dalam penelitian. Pengumpulan *literature review* digunakan beberapa tahapan diantaranya adalah pencarian berita, jurnal dan artikel berdasarkan topik garis besar, pengelompokkan berita, jurnal dan artikel berdasarkan relevansi dengan topik dan tahun penelitian lalu pengurutan struktur penjelasan serta perbandingan data yang saling berhubungan.

Analisis berita, artikel dan jurnal hasil *literature review* ini menggunakan metode *critical appraisal*. *Critical appraisal* adalah proses sistematis untuk menguji validitas, hasil, dan relevansi dari sebuah bukti ilmiah (hasil penelitian) sebelum digunakan untuk mengambil keputusan.³ Semuanya ditelaah untuk memilih hasil pengukuran yang sesuai dengan topik yang sedang dibahas.

C. DISKUSI DAN PEMBAHASAN

1. Marketplace Tiktokshop

Dilansir Hootsuite, TikTok Shop merupakan fitur *social commerce* yang memungkinkan pengguna dan kreator untuk mempromosikan serta menjual produknya melalui TikTok. Fitur ini tersedia untuk pengguna TikTok dengan akun bisnis. Sejak September 2021 fitur ini tersedia untuk pengguna akun bisnis di berbagai negara seperti Amerika Serikat, Inggris, Kanada, dan Indonesia. Fitur belanja ini hadir di TikTok sebagai respon terhadap meningkatnya penjualan berbagai produk setelah *brand* melakukan promosi melalui platform media sosial tersebut. Berdasarkan survei Adweek-Morning Consult yang

³Amanda Diah Maharani, "Critical Appraisal," jurnal academia.edu, 2023

dirangkum Deseret News, 49% pengguna akan membeli produk atau layanan setelah melihat iklan, promosi, atau ulasan di TikTok.

2. Jenis-jenis Iklan Tiktokshop

Pertama, Collection ads merupakan jenis iklan TikTok Shop yang memungkinkan *brand* menyertakan *slides* produk dan dapat digeser dalam bentuk video *in-feed*-nya. Setiap *slide* dapat menampilkan berbagai produk yang berbeda untuk dijual. Ketika diklik, *slide* tersebut akan membawa pengguna ke halaman galeri di mana mereka dapat menelusuri produk dan melakukan pembelian. Jenis iklan ini dapat digunakan untuk mengarahkan *traffic* pengguna ke *website brand*. Selain itu juga berguna untuk penawaran waktu terbatas, penjualan musiman, dan peluncuran produk terbaru. Dalam satu studi kasus, melansir Tech Crunch, TikTok menemukan sebuah *brand* menerima pemesanan enam kali lebih banyak dan peningkatan 50% pada total kunjungan ke halaman produk setelah menggunakan iklan ini.

Kedua, Dynamic showcase ads (DSA) adalah jenis iklan TikTok Shop lainnya yang memungkinkan *brand* untuk mempromosikan ribuan atau bahkan jutaan produk melalui konten video yang dipersonalisasi. DSA akan menghasilkan iklan video yang menarget audiens berdasarkan minat dan aktivitas belanja mereka, seperti *item* yang ditambah ke keranjang atau produk-produk yang dilihat. Untuk membantu pemilik *brand*, TikTok telah membuat rangkaian *template* DSA dalam bentuk klip (video singkat) dengan musik dan teks.

Ketiga, Lead generation tersedia dalam iklan video *in-feed* yang membantu *brand* untuk mengumpulkan informasi dari pengguna TikTok melalui formulir *online*. Iklan TikTok Shop ini paling cocok untuk *brand* yang memiliki siklus penjualan lebih lama, seperti produk sektor jasa. Contohnya, mengajak pengguna untuk *sign-up* atau meng-*install* aplikasi mereka.⁴

3. Affiliate Marketing

Affiliate marketing atau pemasaran afiliasi, adalah proses penawaran atau promosi produk menggunakan jasa afiliasi profesional. Hal tersebut sesuai dengan yang diungkapkan oleh Pat Flynn dari Smart Passive Income. Afiliasi ini nantinya akan dibayar dengan dua metode, pembayaran di awal atau bayar per produk yang berhasil terjual. Lalu, menurut perusahaan *marketing* ternama asal Amerika Serikat, CJ Affiliate, pemasaran afiliasi sendiri merupakan proses promosi produk atau jasa dari tiga sisi, yaitu penjual, afiliasi, dan konsumen. Metode *marketing* ini berguna untuk penjual yang enggan melakukan pemasaran sendiri karena proses yang rumit. Salah satu contohnya adalah perusahaan kosmetik. Akan sulit bagi mereka untuk menghasilkan penjualan hanya dari proses marketing perusahaan sendiri. Mereka membutuhkan afiliasi untuk menawarkan produknya kepada konsumen yang sesuai target pasar. Nah, lewat penawaran produk atau jasa, para afiliasi akan mendapat untung. Selain menerima produk atau jasa, mereka juga tidak perlu repot melakukan analisis atau riset pasar karena mereka paham potensi konsumennya.

⁴Alifia Seftin Oktriwina, "TikTok Shop: Apa Itu, Cara Pakai, Tips Jualan, dan Cara Belanja," jurnal gflints.com, 2022

Metode ini juga akan menguntungkan konsumen. Pasalnya, dengan *affiliate marketing*, mereka tidak perlu mencoba semua produk atau jasa yang ada di pasar. Mereka cukup melihat ulasan produk atau jasa tersebut dari afiliasi. Sederhananya, *affiliate marketing* adalah strategi untuk berbagi tanggung jawab pemasaran produk. Perusahaan akan menggunakan jasa afiliasi yang akan membantu memasarkan produk mereka kepada calon pembeli. Afiliasi nantinya akan mendapat keuntungan juga dari produk yang terjual.⁵

4. Hukum Bisnis Syariah

Bisnis syariah adalah kegiatan usaha dengan menjual produk agar memperoleh keuntungan dengan berlandaskan pada syariat. Kata syariah berarti ketentuan atau ketetapan yang telah digariskan oleh agama Islam. Maksud bisnis sesuai syariat Islam adalah tidak hanya berfokus pada aktivitas jual beli saja. Namun juga memperhatikan konsep halal, akhlak berdagang, produk yang diperjualbelikan, akad dan ibadah muamalah dalam berwirausaha. Hukum bisnis syariah tidak didasarkan pada aspek-aspek duniawi seperti jumlah kuantitas atau profit, melainkan halal dan haramnya muamalah. Konsep halal dan haram ini meliputi segala jenis transaksi, mulai dari pendayagunaan harta, cara pemerolehan, perjanjian bisnis, dan segala aktivitas keuangan di dalamnya. Hukum bisnis syariah dikatakan halal apabila unsur-unsur jual belinya masih dalam batas syariat Islam. Sementara hukum bisnis syariah dikatakan

⁵Abrar Firdiansyah, "*Affiliate Marketing: Apa Itu, Manfaat, Tips, Jenis-Jenis, dan Plus Minus*," jurnal glints.com, 2022

haram apabila mengandung hal-hal yang menentang ketentuan agama Islam. Adapun ciri-ciri bisnis syariah diantaranya adalah:

Pertama, terdapat akad. Agama Islam sangat memperhatikan akad, tidak hanya akad ijab qabul pernikahan saja, tetapi juga akad transaksi jual beli. Tanpa akad yang jelas, sebuah transaksi bisnis hukumnya dapat berubah menjadi haram dalam Islam. Misalnya dalam akad perbankan, Islam tidak mengenal istilah bunga tetapi menggunakan konsep akad bagi hasil. Padahal jika dilihat, kedua produk perbankan tersebut sama-sama mengambil keuntungan. Hanya saja akad transaksi di awal berbeda. Sehingga dalam aktivitas berdagang, harus ada akad jual beli sesuai dengan prinsip muamalah yang telah diatur dalam Islam. Hal ini bertujuan untuk memperkuat perjanjian antara penjual dan pembeli.

Kedua, Halal. Salah satu perbedaan bisnis konvensional dan syariah adalah terkait hukum halal dan haram. Mungkin dalam bisnis konvensional tidak terdapat batasan produk yang boleh dijual. Namun sesuai hukum bisnis syariah, tidak seluruh produk dapat diperjualbelikan. Dalam transaksi syariah, jenis produk halal dijadikan obyek jual beli adalah produk dengan kandungan intrinsik halal (tidak mengandung babi, minuman keras, narkoba, dan sebagainya). Selain itu, produk juga harus didapat dengan cara halal, bukan barang curian, hasil korupsi, atau barang selundupan.

Ketiga, Tidak Mengandung Unsur Gharar, Maysir, dan Riba. Islam telah mengatur secara jelas praktik jual beli dan produk yang mengandung unsur riba (bunga), maysir (perjudian), dan gharar (ketidakjelasan) dilarang jelas oleh Islam. Hal tersebut

dikarenakan ketiga hal tadi berpotensi merugikan salah satu pihak. Padahal dalam Islam, setiap manusia wajib bersikap adil dan tidak dzalim terhadap sesamanya dalam bermuamalah.

Sedangkan Prinsip-prinsip bisnis syariah. *Pertama*, Prinsip murabahah adalah akad jual beli yang dijelaskan secara detail dan terperinci antara penjual dan pembeli. Dalam akad ini, penjual harus memberikan informasi yang lengkap kepada pembeli terkait kualitas, harga, kondisi, sampai syarat pembelian. Kemudian transaksi dapat diselesaikan apabila penjual dan pembeli saling bersepakat terhadap suatu perjanjian. *Kedua*, Prinsip salam merupakan akad jual beli yang diterapkan saat transaksi bisnis dilakukan dengan cara memesan. Cara kerja prinsip salam adalah pembeli melakukan pemesanan dengan syarat tertentu dan menyetorkan uang muka atau lunas di awal. Kemudian produk akan diberikan penjual kepada pembeli pada waktu yang telah disepakati. Namun perlu diperhatikan bahwa dalam transaksi ini harus ada kesepakatan yang jelas terkait hasil produk. Mulai dari ukuran, kualitas, kondisi, jumlah dan jenisnya. Apabila penjual tidak memproduksi barang sesuai kesepakatan di awal misalnya terdapat barang cacat maka penjual harus bertanggung jawab. *Ketiga*, Prinsip Istishna hampir mirip seperti prinsip salam. Kedua akad ini memiliki akad sama sama memesan di awal kepada penjual namun pembeli belum memberikan sejumlah uang di awal. Syarat-syarat produk juga harus memenuhi kriteria yang telah disepakati bersama di awal pemesanan. *Keempat*, Prinsip Musyarakah adalah akad kerja sama untuk mendirikan suatu bisnis dan mengelolanya secara

bersama. Keuntungan dari suatu bisnis akan dibagi berdasarkan kesepakatan bersama. Apabila terdapat kerugian maka harus ditanggung bersama sesuai perjanjian di awal. *Kelima*, Prinsip Mudharabah merupakan akad kerja sama untuk mendirikan suatu bisnis dimana terdapat pembagian peran antara pihak pemilik modal dan pihak pengelola modal. Keuntungan dari usaha akan dibagi sesuai kesepakatan bersama. Sedangkan kerugian bisnis akan ditanggung juga oleh keduanya.⁶

5. Bisnis Affiliate Marketing Diqiyaskan Dengan Akad Jualah

Secara bahasa artinya mengupah. Adapun di dalam Kamus al Bisri kalimat berarti hadiah atau persen dan juga berarti komisi. Sedangkan menurut Wahbah al Zuhaili adalah imbalan untuk seseorang atas suatu pekerjaan atau apa saja yang diberikan seseorang untuk melaksanakan suatu pekerjaan tertentu. Dalam istilah lain, hal itu dinamakan dengan perjanjian yang berimbalan hadiah. Dari berbagai definisi tersebut, secara ringkas dapat kita tarik kesimpulan bahwa *ju'alah* merupakan suatu akad perjanjian untuk memberi imbalan atau bayaran kepada seseorang atas pekerjaan yang telah ia lakukan kepada kita.⁷

Pada pembahsan sebelumnya juga telah dijelaskan bahwa bisnis affiliate adalah kerja sama antara owner (pemilik produk) dengan para konten kreator yang mempromosikan produk yang di miliki produsen dengan kreasi video yang diciptakan yang

⁶Redaksi OCBC NISP, "*Bisnis Syariah: Pengertian, Hukum, Prinsip, & Contohnya*," jurnal ocbnisp.com, 2021

⁷Melita Rahmalia, "*ju'alah*," jurnal alamisharia.co.id, 2020

kemudian para affliator ini akan mendapatkan komisi sebagai upah (ujrah) dari jasa promosinya tersebut. Dari pemaparan di atas dapat kita simpulkan bahwa konsep dari bisnis affiliate hampir sama dengan akad jualah, dan adapun akad jualah diperbolehkan di dalam hukum ekonomi syariah. Maka dari itu dapat kita tarik kesimpulan bahwa bisnis affiliate marketing diperbolehkan dalam syariat agama dengan catatan para affliator harus tetap memperhatikan etika bisnis syariah yang baik dan benar seperti, mempromosikan produk dengan jujur dan menghindari hal-hal yang dapat merugikan konsumen.

D. Kesimpulan

Bisnis affiliate marketing ini dalam perspektif islam diqiyaskan dengan akad jualah yang artinya bisnis affiliate ini diperbolehkan dalam hukum ekonomi syariah. Dan bisnis ini dianggap sah selama para affliator tetap menjaga etika bisnis dalam aturan Islam. Sedangkan praktiknya harus menyesuaikan atau ikut aturan fitur marketplace tiktokshop. Sehingga pengguna baru harus menyiapkan segala bentuk persyaratannya demi keberlangsungan penggunaan aplikasi tiktopshop.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdhul Yusuf, "*Data Sekunder: Pengertian, Sumber Data dan contoh Di Penelitian,*" jurnal deepublishstore.com, 2023
- Diah Maharani Amanda, "*Critical Appraisal,*" jurnal academia.edu, 2023
- Firdiansyah Abrar, "*Affiliate Marketing: Apa Itu, Manfaat, Tips, Jenis-Jenis, dan Plus Minus,*" jurnal glints.com, 2022

- Mansur, U. (2018). Studi analisis manajemen risiko pembiayaan mudharabah di BMT Sidogiri cabang Bondowoso. *Momentum*, 7(1), 95-128.
- Rahmalia Melita, "ju'alah," jurnal alamisharia.co.id, 2020
- Redaksi OCBC NISP, "Bisnis Syariah: Pengertian, Hukum, Prinsip, & Contohnya," jurnal ocbnisp.com, 2021
- Restu, "Literatur Review: pengertian, metode, manfaat, dan cara membuat," jurnal Gamedia.com, 2021
- Seftin Oktriwina Alifia, "TikTok Shop: Apa Itu, Cara Pakai, Tips Jualan, dan Cara Belanja," jurnal gflints.com, 2022
- Johan, Suwinto. *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Kotler dan Armstrong. *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta :Perhallindo, 2008.
-, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta: Perhallindo, 2010.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Dasar-dasar Pemasaran Principles Of Marketing 7e*, Jakarta: Prenhallindo, 1997.
- Ridwan Muhammad, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil*. (Yogyakarta: UII Pres. Jilid 1,2004)
- Restu, "Literatur Review: pengertian, metode, manfaat, dan cara membuat," jurnal Gamedia.com, 2021
- Yusuf, Abdhul, "Data Sekunder: Pengertian, Sumber Data dan contoh Di Penelitian," jurnal deepublishstore.com, 2023
- Redaksi OCBC NISP, "Bisnis Syariah: Pengertian, Hukum, Prinsip, & Contohnya," jurnal ocbnisp.com, 2021
- Melita, Rahmalia, "ju'alah," jurnal alamisharia.co.id, 2020
- Ulfatin, Nurul. *Metode Penelitian Kuantitatif Di Bidang Pendidikan :Teori dan Aplikasinya*, Malang: Bayumedia Publishing, 2014.

- Widoatmodjo, Sawidji dkk. 2013. Foreign exchange Online Trading; Tren Investasi Masa Kini. Jakarta: PT Elex Media komputindo-Kompas Gramedia.
- Yasid, Abu, *Aspek-aspek Penelitian Hukum*, Yokyakarta: Pustaka Pelajar.2010.
- Zahra, Muhammad Abu, *Ushul Fiqh*, Jakarta: Pustaka Firdaus.2005.
- Zaid, Abdul Azhim Jalaluddin Abu. *Fiqh Riba*, Jakarta: Senayan Publishing, 2011
- Zuhaily, Wahbah, *Ushul Fiqh Islamy*, Bairut: Dar al-Fikr.1990.