

ANALISIS HUKUM EKONOMI SYARIAH TERHADAP SISTEM AFFILIATE MARKETING

Hoirun Nisa

Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Nurul Qarnain

hoirun.n@student.stisnq.ac.id.

Abstrak: *This research is a qualitative field study, describing written or spoken words from people and observable behavior. The data sources used are primary and secondary sources. The research location is Sumburjambe District, Jember Regency. Data collection techniques include observation, interviews, and documentation. The results of the study indicate that the practice of buying and selling with a digital affiliate system in the Sumberjambe sub-district, Jember Regency, in practice, is included in the ijarah contract. In practice, there are deviations from the terms of the ijarah contract and sales ethics that are not in accordance with Islamic law. Regarding the affiliate marketing system carried out by the official WSG Skincare agent and affiliates, there is a lack of clarity regarding the objects being marketed by the affiliates due to the affiliates' lack of understanding of the products being marketed and a lack of understanding of the products, resulting in misunderstandings about the products being marketed, resulting in doubt among consumers, which can result in losses for one of the parties, namely the product owner, the official WSG Skincare agent, and the buyer. In practice, this affiliate marketing system is not in line with Islamic law because in practice, in selling products belonging to agents, the objects being traded by affiliates contain elements of negligence (tafrīt)*

Keywords: ijarah contract, affiliate marketing system, tafrīt

Abstrak: Penelitian ini berupa penelitian lapangan (field research) dan merupakan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang mendeskripsikan kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Lokasi penelitian ini adalah di Kecamatan Sumburjambe Kabupaten Jember. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik jual beli dengan sistem afiliasi digital di kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember didalam praktiknya terdapat masuk kedalam akad ijarah. Dalam praktiknya terdapat penyimpangan syarat akad ijarah dan etika penjualan yang tidak sesuai dengan hukum islam. Terkait sistem affiliate marketing yang dilakukan oleh agen resmi WSG Skincare dan afiliator terdapat ketidakjelasan objek yang dipasarkan oleh para afiliator disebabkan kurangnya pemahaman afiliator terhadap produk yang dipasarkan serta kurangnya pemahaman terhadap produk sehingga terjadinya kesalah pahaman terhadap produk yang dipasarkan yang mengakibatkan keraguan para konsumen sehingga dapat terjadi kerugian salah satu pihak antara pemilik produk yaitu agen resmi WSG Skincare dan pembeli. Dalam praktiknya sistem affiliate marketing ini tidak sejalan dengan hukum syara' karena dalam praktiknya didalam menjual

produk milik agen objek yang diperjualbelikan oleh affiliator mengandung unsur kelalaian (tafrit)

Kata kunci : Akad ijarah, sistem Affiliate marketing, tafrit.

LATAR BELAKANG

Peralihan dari bisnis tradisional menuju bisnis modern yang berbasis teknologi semakin pesat.¹ Hal ini menunjukkan adanya peluang besar yang dapat dimanfaatkan oleh para pengusaha untuk melakukan kegiatan bisnis dan pemasaran. Fenomena tersebut membawa perubahan yang sangat radikal di dalam dunia usaha sehingga pemasaran kini dapat dilakukan dengan menggunakan media baru, khususnya media digital dan berbasis internet seperti media sosial, bukan hanya media tradisional seperti televisi, radio, Alkitab, dan majalah.²

Pemasaran afiliasi saat ini menjadi salah satu model bisnis paling populer di media sosial. Afiliasi pemasaran (*affiliate marketing*) adalah strategi bisnis di mana seseorang menerima kompensasi dari pemilik barang ketika berhasil menjual barang atau jasa melalui internet. Sistem ini merupakan kolaborasi antara bisnis yang menjual barang atau jasa (pedagang) dan individu lain yang bertindak sebagai affiliator untuk memasarkan barang atau jasa kepada konsumen.³

Dalam sistem *affiliate marketing* seorang affiliator haruslah memenuhi syarat dan ketentuan dalam mempromosikan produk. Dalam mempromosikan suatu produk *Afiliator* harus mematuhi etika bisnis yang sesuai dengan hukum Islam, seperti transparansi dalam mempromosikan produk tidak ada yang di tutupi haruslah bersifat jujur dalam mempromosikan produk. Prinsip kejujuran ini sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang mengutamakan keadilan dan mencegah penipuan pihak yang bertransaksi.⁴

¹ Fardian Firmansyah, “*Analisis Perkembangan Bisnis Online Di Era Modern Menurut Pandangan Islam*” (2020), Hlm. 1–22.

² Ning Purma Sariati, “*Perkembangan Ekonomi Islam*” No.2 (2020), Hlm.193-210

³ Arasy Alimudin and Gatut Purwantoro, “*Digital Marketing Untuk UMKM*” (2022). Hlm. 118

⁴ Nur Fitriyani”*Analisis Praktik Pemasaran Afiliasi Pada Platform E-Commerce Tinjauan Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*”(2024),Hlm.183

Di dalam alqur'an telah diatur perkara muamalah sebagaimana firman Allah :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوفُوا بِالْعُقُودِ ۖ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَيْمَتُ الْأَنْعَمِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۚ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Hai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad itu (perjanjian sesama manusia). Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya," (QS. 5 [Al Maidah]:1)⁵

Ayat ini menegaskan bahwa seorang Muslim wajib menepati setiap perjanjian yang sah, memanfaatkan yang halal, menjauhi yang haram, serta tunduk penuh pada hukum Allah dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam hal akad muamalah.

Dibalik mudahnya sistem pemasaran secara online serta banyaknya jumlah komisi yang didapat dan banyaknya masyarakat yang mengambil manfaat dari sistem afiliasi digital justru banyak pula orang yang belum mengetahui skema bisnis dengan sistem afiliasi yang dipakai sudah sesuai dengan ketentuan syariat islam karena mayoritas masyarakat hanya tergiur dengan keuntungan tanpa melihat konsep-konsep yang ada dalam transaksi tersebut sudahkah sesuai dengan ketentuan ekonomi syariah.

Dengan demikian sistem affiliate marketing ini penting untuk diteliti khususnya dalam perspektif hukum ekonomi syariah

Penelitian ini berupaya menjawab dua pertanyaan utama: (1) bagaimana praktik penerapan sistem affiliate marketing pada gen WSG Skincare Kecamatan Sumberjambe, dan (2) bagaimana analisis hukum ekonomi syariah terhadap praktik tersebut.

⁵ Kementerian Agama RI, Terjemah Al-Qur'an (Q.S Al-Maidah [05] : 1)

KAJIAN TEORITIS

Akad adalah pondasi utama dalam seluruh aktivitas muamalah. Tanpa akad yang sah dan jelas, transaksi dapat mengandung gharar (ketidakpastian), riba, atau tadlis (penipuan) yang dilarang dalam Islam. Oleh karena itu, setiap bentuk kerja sama ekonomi, baik tradisional maupun digital, harus dilandasi akad yang sesuai dengan prinsip syariah agar bernilai halal dan adil bagi semua pihak.

Sistem affiliate marketing merupakan bentuk kerja sama antara perusahaan (pemilik produk) dan afiliator (pemasar) di mana afiliator mempromosikan produk melalui media sosial atau tautan khusus. Jika terjadi penjualan dari hasil promosinya, afiliator mendapatkan komisi atau upah.

Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, hubungan kerja ini dapat dianalisis melalui akad ijarah, karena terdapat unsur pemanfaatan jasa promosi dengan imbalan tertentu.

Kebolehan akad ijarah telah dijelaskan didalam Al-Qur'an surah At-Talaq yaitu

فَإِنْ أَرْضَعْنَ لَكُمْ فَآْتُوهُنَّ أَجُورَهُنَّ

Artinya: *"Apabila mereka (para ibu) menyusukan anak-anakmu untukmu, maka berikanlah kepada mereka upahnya"* (Q.S. At-Talaq [65] : 6)⁶

Ayat ini menjelaskan bahwa memberi upah (ujrah) kepada seseorang yang melakukan pekerjaan (dalam hal ini menyusui anak) adalah perbuatan yang dibenarkan syariat. Dari ayat ini, ulama menetapkan kebolehan akad ijarah, yaitu perjanjian untuk memberikan manfaat jasa dengan imbalan tertentu. Al-Qurtubi menyatakan Ayat ini menjadi dalil disyariatkannya akad ijarah atas manfaat, karena Allah memerintahkan untuk memberikan upah atas pekerjaan yang sah.⁷

Dalam konteks penelitian ini, pemilik produk WSG Skincare menggunakan sistem afiliasi manual dengan tujuan memperluas jangkauan pasar melalui jasa promosi dari para afiliator. Akan tetapi, dalam pelaksanaannya, ditemukan adanya kelalaian (*tafrīt*) dari pihak afiliator yang tidak memahami secara mendalam manfaat, komposisi, dan cara penggunaan produk yang

⁶ Kementerian Agama RI, *Terjemah Al-Qur'an* (Q.S At-Talaq [65] : 6)

⁷ Al-Jāmi' li Ahkām al-Qur'ān (juz 18, hlm. 168)

dipromosikan. Akibatnya, informasi yang disampaikan kepada calon konsumen menjadi tidak akurat dan menimbulkan menurunnya tingkat kepercayaan masyarakat, sehingga berdampak pada kerugian pihak pemilik produk.

Menurut hukum Islam, tindakan kelalaian dalam pelaksanaan tugas yang disepakati dalam akad ijarah termasuk dalam kategori pelanggaran amanah (*khiyānah al-amānah*). Dalam hal ini, pihak afiliator bertanggung jawab atas dampak dari kelalaiannya. Imam An-Nawawī dalam *Al-Majmū‘ Syarḥ al-Muhadzdzab* menjelaskan:

*“Apabila seseorang pekerja melakukan kelalaian (tafrīt) atau melampaui batas (ta‘addī) dalam pekerjaannya, maka ia wajib menanggung kerugian.”*⁸

Senada dengan itu, Asy-Syarbīnī dalam *Mughni al-Muḥtāj* menyebutkan bahwa pekerja yang menyalahi ketentuan akad atau lalai dalam melaksanakan tugasnya tidak berhak atas upah, bahkan wajib mengganti kerugian yang ditimbulkan.⁹ Wahbah az-Zuhailī juga menegaskan dalam *Al-Fiqh al-Islāmī wa Adillatuhu* bahwa pekerja dalam akad ijarah wajib menjaga amanah dan tanggung jawab atas pekerjaan yang diemban, serta menanggung akibat hukum apabila terjadi kerusakan karena kelalaian.¹⁰

Berdasarkan pendapat para ulama tersebut, dapat disimpulkan bahwa kelalaian afiliator dalam mempromosikan produk termasuk bentuk *tafrīt*, karena ia tidak menjalankan tugas sesuai dengan amanah akad. Dengan demikian, pihak afiliator wajib bertanggung jawab atas kerugian yang timbul, baik secara moral maupun finansial.

Adapun akad ijarah tetap dinilai sah, karena seluruh rukun dan syaratnya terpenuhi, dan kelalaian afiliator terjadi setelah akad terbentuk. Namun, kesalahan afiliator dalam sistem affiliate marketing pada agen resmi WSG Skincare termasuk *tafrīt* (kelalaian). Dengan demikian, pihak afiliator wajib bertanggung jawab atas kerugian yang timbul, baik secara moral maupun finansial hal ini sesuai dengan pendapat para ulama’ imam an nawawi, as syairbini dan wahbah al-

⁸ *Al-Majmū‘*, Juz 15, hlm. 212

⁹ *Mughni al-Muḥtāj*, Juz 3, hlm. 456

¹⁰ *Al-Fiqh al-Islāmī wa Adillatuhu*, Juz 5, hlm. 663

zuhaili dalam kitab al-fiqh al-islami wa adillatuhu juz 5 halaman 663 bahwa pekerja dalam akad ijarah wajib menjaga amanah dan tanggung jawab atas pekerjaan yang diemban, serta menanggung akibat hukum apabila terjadi kerusakan karena kelalaian.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif lapangan (*field research*). Pemilihan pendekatan ini didasarkan pada tujuan penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam mengenai praktik sistem affiliate marketing pada gen WSG Skincare serta analisis hukumnya perspektif Hukum Ekonomi Syariah. Penelitian dilakukan di Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember dengan unit analisis berupa Agen Resmi WSG Skincare, Affiliator, dan para konsumen yang pernah membeli produk WSG Skincare tersebut.

Sumber data penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi lapangan serta wawancara mendalam dengan para informan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu penentuan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan fokus penelitian serta observasi melalui internet yaitu akun sosial media para affiliator.¹¹ Sumber data sekunder adalah data pelengkap yang berfungsi mendukung data primer. Data ini berupa dokumen resmi, buku, jurnal, maupun karya ilmiah lain yang relevan dengan topik penelitian..¹²

Analisis data dilakukan dengan metode induktif, yakni dengan mengorganisasi, mengklasifikasi, dan menginterpretasi data sehingga diperoleh gambaran sistematis mengenai praktik biaya return barang.¹³ Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber, teknik, dan waktu, serta diperkuat dengan *member*

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 85.

¹² Dr. Indra Prasetya, S.Pd, M.Si, CIQnR, *Metodologi Penelitian Pendekatan Teori dan Praktik*, Medan: umsu press, 2022, hlm.374

¹³ Matthew B. Miles & A. Michael Huberman, *Qualitative Data Analysis*, (California: Sage Publications, 1994), hlm. 10–12

check guna memastikan konsistensi informasi dari para informan.¹⁴ Penelitian ini juga mematuhi prinsip etika penelitian, antara lain memperoleh persetujuan partisipasi dari informan, menjaga kerahasiaan identitas mereka, serta menyajikan data secara objektif tanpa manipulasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menghasilkan sejumlah temuan terkait praktik *affiliate marketing* pada agen resmi WSG Skincare di Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember. Temuan tersebut kemudian dianalisis dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah. Hasil dan pembahasan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Mekanisme Sistem *Affiliate Marketing*

Mekanisme *affiliate marketing* pada agen resmi WSG Skincare di Kecamatan Sumberjambe yaitu pemilik produk (agen resmi WSG Skincare) atas nama zulfika membuka pendaftaran *affiliator*, bagi seseorang yang berminat menjadi *affiliator* dari produk WSG Skincare bisa langsung mendaftarkan diri lewat chat WA, DM ig, atau kirim pesan lewat facebook ke agen resmi WSG Skincare. Nanti *affiliator* akan diminta untuk mengisi formulir dengan mencantumkan nama lengkap, alamat, nomor whatsapp aktif dan akun media sosial yang aktif serta nomor rekening. Setelah resmi menjadi *affiliator* maka agen akan membuat grup khusus *affiliator* disana agen akan memberikan bimbingan seputar informasi produk yang akan di promosikan ciri-ciri, manfaat dan kegunaannya, harga jual serta besaran komisi yang akan didapat yaitu 5% per produk, cara pemesanan dan waktu pembayaran komisi.

2. Sistem Komisi

Komisi yang didapat oleh *affiliator* dari produk WSG Skincare sebesar 5% per satu penjualan produk. Komisi ini akan didapat oleh *affiliator* jika *affiliator* dapat menarik minat konsumen sehingga terjadinya transaksi melalui kode khusus yang telah disediakan.

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, hlm. 127.

Komisi akan masuk ke rekening atau *shoppe pay* di akhir bulan perkiraan tanggal 28 sampai 30

3. Pengetahuan *Affiliator* Terhadap Produk

Pengetahuan produk diperoleh dari agen resmi melalui brosur atau pelatihan singkat. Informasi yang disampaikan oleh *affiliator* kepada konsumen sering kali tidak mendetail, khususnya terkait kandungan bahan dan efek samping. *Affiliator* kurang memperhatikan manfaat dan ciri-ciri dari produk yang di promosikan sehingga mengakibatkan kesalahan fahaman dan kerugian pada salah satu pihak. Konsumen yang membeli melalui *affiliate link* terkadang ragu karena *affiliator* tidak dapat menjelaskan secara rinci kandungan atau kehalalan produk. Agen resmi menyatakan semua produk telah memiliki izin BPOM dan sertifikat halal, tetapi tidak semua *affiliator* menyampaikan bukti ini dalam promosi.

4. Kesesuaian Dengan Prinsip *Ijarah*

Jika diperhatikan Dari mekanisme *affiliate marketing* pada agen resmi WSG Skincare sesuai dengan prinsip akad *Ijarah* Sistem komisi berbasis hasil (bukan gaji tetap) sesuai dengan akad *ijarah* dalam fikih muamalah. Tidak ada kewajiban modal atau stok barang bagi *affiliator*, sehingga tidak termasuk dalam kategori *bai' al-ma'dum* (jual barang yang tidak dimiliki), karena produk disediakan langsung oleh agen. Namun, keterbatasan informasi yang disampaikan *affiliator* dapat menimbulkan risiko akad yang mengandung *tafrit* (kelalaian).

5. Potensi *Tafrit* Dan Mis Informasi

Kurangnya pengetahuan *affiliator* didalam mempromosikan produk sehingga informasi yang di sampaikan tidak jelas sehingga menimbulkan kesalahan fahaman calon konsumen dan kerugian salah satu pihak sehingga menimbulkan potensi *tafrit* bagi pihak *affiliator*.

6. Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Sistem *Affiliate Marketing* pada gen WSG Skincare

Dalam praktik sistem *affiliate marketing* yang menggunakan akad *ijarah*, hubungan antara pemilik produk (*musta'jir*) dan *afiliator* (*ajir*)

merupakan bentuk kerja sama jasa, di mana afiliator memperoleh imbalan (ujrah) atas jasanya dalam mempromosikan produk. Akad ini dibolehkan secara syar'i berdasarkan firman Allah SWT dalam QS. At-Talaq [65]: 6:

فَإِنْ أَرْضَعْنَ لَكُمْ فَآتُوهُنَّ أُجُورَهُنَّ

Artinya: “Apabila mereka (para ibu) menyusukan anak-anakmu untukmu, maka berikanlah kepada mereka upahnya” (Q.S. At-Talaq [65]: 6)¹⁵

Ayat ini menjadi dalil kebolehan akad ijarah atas jasa atau manfaat tertentu sebagaimana dijelaskan oleh al-Qurtubī bahwa “ayat tersebut menunjukkan disyariatkannya akad ijarah atas manfaat, karena Allah memerintahkan untuk memberikan upah atas pekerjaan yang sah.”¹⁶

Dalam konteks penelitian ini, pemilik produk WSG Skincare menggunakan sistem afiliasi manual dengan tujuan memperluas jangkauan pasar melalui jasa promosi dari para afiliator. Akan tetapi, dalam pelaksanaannya, ditemukan adanya kelalaian (*tafrīt*) dari pihak afiliator yang tidak memahami secara mendalam manfaat, komposisi, dan cara penggunaan produk yang dipromosikan. Akibatnya, informasi yang disampaikan kepada calon konsumen menjadi tidak akurat dan menimbulkan menurunnya tingkat kepercayaan masyarakat, sehingga berdampak pada kerugian pihak pemilik produk.

Menurut hukum Islam, tindakan kelalaian dalam pelaksanaan tugas yang disepakati dalam akad ijarah termasuk dalam kategori pelanggaran amanah (*khiyānah al-amānah*). Dalam hal ini, pihak afiliator bertanggung jawab atas dampak dari kelalaiannya. Imam An-Nawawī dalam Al-Majmū‘ Syarḥ al-Muhadzdzab menjelaskan:

“Apabila seseorang pekerja melakukan kelalaian (*tafrīt*) atau melampaui batas (*ta‘addī*) dalam pekerjaannya, maka ia wajib menanggung kerugian.”¹⁷

Senada dengan itu, Asy-Syarbīnī dalam Mughni al-Muḥtāj menyebutkan bahwa pekerja yang menyalahi ketentuan akad atau lalai dalam

¹⁵ Kementerian Agama RI, *Terjemah Al-Qur'an* (Q.S At-Talaq [65] : 6

¹⁶ (Al-Jāmi‘ li Ahkām al-Qur’ān, Juz 18, hlm. 168).

¹⁷ Al-Majmū‘, Juz 15, hlm. 212

melaksanakan tugasnya tidak berhak atas upah, bahkan wajib mengganti kerugian yang ditimbulkan.¹⁸ Wahbah az-Zuhailī juga menegaskan dalam Al-Fiqh al-Islāmī wa Adillatuhu bahwa pekerja dalam akad ijarah wajib menjaga amanah dan tanggung jawab atas pekerjaan yang diemban, serta menanggung akibat hukum apabila terjadi kerusakan karena kelalaian.¹⁹

Berdasarkan pendapat para ulama tersebut, dapat disimpulkan bahwa kelalaian afiliator dalam mempromosikan produk termasuk bentuk *tafrīt*, karena ia tidak menjalankan tugas sesuai dengan amanah akad. Dengan demikian, pihak afiliator wajib bertanggung jawab atas kerugian yang timbul, baik secara moral maupun finansial. Adapun akad ijarah tetap dinilai sah, karena seluruh rukun dan syaratnya terpenuhi, dan kelalaian afiliator terjadi setelah akad terbentuk. Namun, kesalahan afiliator dalam sistem affiliate marketing pada agen resmi WSG Skincare termasuk *tafrit* (kelalaian). Dengan demikian, pihak afiliator wajib bertanggung jawab atas kerugian yang timbul, baik secara moral maupun finansial hal ini sesuai dengan pendapat para ulama' imam an nawawi, as syairbini dan wahbah al-zuhaili dalam kitab al-fiqh al-islami wa adillatuhu juz 5 halaman 663 bahwa pekerja dalam akad ijarah wajib menjaga amanah dan tanggung jawab atas pekerjaan yang diemban, serta menanggung akibat hukum apabila terjadi kerusakan karena kelalaian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Jika ditinjau dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah, praktik affiliate marketing yang dilakukan termasuk akad *ijarah*, yakni sewa atas jasa dalam bentuk promosi digital. Akad ini termasuk akad yang sah secara syariat, karena memenuhi seluruh rukun dan syarat ijarah. Namun demikian, dalam konteks penelitian ini, ditemukan adanya kelalaian (*tafrit*) dari pihak afiliator yang tidak memahami secara mendalam manfaat dan karakteristik produk yang dipromosikan. Menurut hukum Islam, perbuatan semacam ini termasuk bentuk pelanggaran terhadap amanah kerja (*khiyanah al-amanah*) yang menjadi tanggung jawab

¹⁸ Mughni al-Muhtāj, Juz 3, hlm. 456

¹⁹ Al-Fiqh al-Islāmī wa Adillatuhu, Juz 5, hlm. 663

pekerja dalam akad ijarah. Sebagaimana ditegaskan oleh Imam an-Nawawi dalam Al-Majmu' bahwa apabila pekerja melakukan kelalaian (tafrīt) atau melampaui batas (ta'addi), maka ia wajib menanggung kerugian terdapat dalam kitab Al-Majmu' Juz 15, halaman 212. Hal senada juga ditegaskan oleh Asy-Syarbini dalam Mughni al-Muhtaj Juz 3, halaman 456, serta Wahbah az-Zuhaili dalam Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu, Juz 5, halaman 663

Pemilik produk WSG Skincare diharapkan memberikan pembinaan dan pemahaman yang memadai kepada para afiliator mengenai produk yang dipromosikan agar kegiatan pemasaran berjalan sesuai prinsip amanah dalam akad ijārah. Afiliator juga perlu meningkatkan tanggung jawab dan kejujuran dalam menyampaikan informasi produk untuk menghindari unsur gharar dan tafrīṭ yang dapat merugikan pemilik maupun konsumen, sehingga sistem affiliate marketing dapat diterapkan secara sah dan etis menurut hukum ekonomi syariah.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Fiqh al-Islāmī wa Adillatuhu, Juz 5,

Al-Jāmi' li Ahkām al-Qur'ān (juz 1

Al-Jāmi' li Ahkām al-Qur'ān, Juz 18

Al-Majmū', Juz 15

Arasy Alimudin and Gatut Purwantoro, 2022, "*Digital Marketing Untuk UMKM*"

Dr. Indra Prasetya, S.Pd, M.Si, CIQnR, 2022. *Metodologi Penelitian Pendekatan Teori dan Praktik*, Medan: umsu press,

Fardian Firmansyah, 2022 "*Analisis Perkembangan Bisnis Online Di Era Modern Menurut Pandangan Islam*" .

Kementerian Agama RI, *Terjemah Al-Qur'an*

Mansur, U. (2018). Studi analisis manajemen risiko pembiayaan mudharabah di BMT Sidogiri cabang Bondowoso. *Momentum*, 7(1), 95-128.

Mansur, U., Nurohman, D., & Anshor, A. M. (2024). Revitalizing Financial Freedom to Achieve a Sustainable Economy Based on Maqashid al-Shariah

in Hifz al-Mal. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 9(2), 286-304.

Matthew B. Miles & A. Michael Huberman, 1994 *Qualitative Data Analysis*, (California: Sage Publications, 1994),

Mughni al-Muhtāj, Juz 3

Ning Purma Sariati, 2020 “*Perkembangan Ekonomi Islam*” No.2

Nur Fitriyani 2024 “*Analisis Praktik Pemasaran Afiliasi Pada Platform E-Commerce Tinjauan Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah*

Nur, I. (2024). REFLECTION OF MAQASHID SYARIAH AND ISLAMIC STUDIES ON ECONOMIC DEVELOPMENT TOWARDS A GOLDEN INDONESIA. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 201-218.

Nur, I., & Khamami, A. R. (2021). REVITALIZATION OF FINANCIAL FREEDOM BASED ON MAQASHID AL-SYARIAH FI HIFDZ AL-MAL. *Jurnal Perspektif*, 4, 371-83.

Nurohman, D., & Anshor, A. M. (2025). All You Can Eat dalam Tinjauan Masalah al-Mursalah: Implikasi Hukum Islam terhadap Praktik Bisnis Modern. *Tasyri': Journal of Islamic Law*, 4(1), 537-558.

Sugiyono, 2019 *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta,

Ubaidillah, U., Nur, I., & Anshor, A. M. (2024). Konstruksi Ekonomi Islam Berbasis Interdisipliner: Studi Islam dan Maqashid Syariah. *Adzkiya: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 12(2), 35-49.

