

KEDUDUKAN HUKUM JUAL BELI DALAM BISNIS AFILIASI MENURUT HUKUM PERJANJIAN

Firda Qotrunnada¹, Fitria Dewi Navisa², Ahmad Bastomi³

Fakultas Hukum Universitas Islam Malang
Jl. MT. Haryono No. 193 Malang, 65144-0341-551932
e-mail: ontynada@gmail.com

ABSTRACT

One of the effects of technology is in the system of business activities that began to be developed in the digital world. Business activities in the digital world require the right sales strategy, namely affiliate sales strategy. The method of writing in this study is a normative legal method or can be called the method of literature. The formulation of the problem raised is the legal position of buying and selling in the affiliate business according to the perspective of agreement law and legal protection for consumers from irresponsible affiliates. The legal position of the affiliate in affiliate marketing is the same as the broker's work system. But the difference is that the broker is done in online media. Each affiliate is obliged to participate and be responsible for the goods and services sold.

Keywords: business, affiliate, legal agreement

ABSTRAK

Salah satu pengaruh teknologi adalah dalam sistem kegiatan bisnis yang mulai dikembangkan dalam dunia digital. Kegiatan bisnis di dunia digital memerlukan strategi penjualan yang tepat yaitu strategi penjualan afiliasi. Metode penulisan dalam penelitian ini adalah metode hukum normatif atau dapat disebut dengan metode kepustakaan. Rumusan masalah yang diangkat adalah kedudukan hukum jual beli dalam bisnis afiliasi menurut perspektif hukum perjanjian dan perlindungan hukum bagi konsumen dari afiliator yang tidak bertanggung jawab. Kedudukan hukum afiliator dalam affiliate marketing adalah sama seperti sistem kerja makelar. Namun perbedaannya adalah makelar yang dilakukan di media online. Setiap afiliator wajib turut serta bertanggung jawab atas barang dan jasa yang dijual.

Kata Kunci: bisnis, afiliasi, hukum perjanjian

¹ Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Malang

² Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Malang

³ Dosen Fakultas Hukum Universitas Islam Malang

LATAR BELAKANG

Pada saat ini dunia sudah mencapai masa revolusi industri 4.0. Revolusi industri yang berkembang pesat ini sudah menjamah dan berkembang pesat di berbagai negara di dunia termasuk Negara Indonesia. Revolusi industri 4.0 merupakan perkembangan yang sangat pesat dari revolusi industri 3.0 dan memberikan akibat perubahan yang fundamental untuk kehidupan manusia. revolusi industri 4.0 ini ditandai dengan perkembangan internet, transfer data digital, strategi manufaktur, dll. Menariknya, kini revolusi industri 4.0 ini sudah tidak lagi hanya memengaruhi pertumbuhan industri. Revolusi industri 4.0 sudah berhasil masuk dan menyumbangkan pengaruh besar pada seluruh aspek kehidupan masyarakat. Diantaranya aspek pendidikan, politik, social budaya, maupun ekonomi. Revolusi industri 4.0 menyajikan sistem penyelesaian segala proses kepentingan kehidupan melalui otomatisasi yang difasilitasi oleh internet. Hal ini sangat berakibat baik karena memudahkan manusia menjangkau segala kepentingan nya dengan cepat dan mudah. Tentu hal ini akan semakin menunjang pertumbuhan ekonomi dunia.⁴

Seiring berkembang nya zaman yang didominasi dengan pertumbuhan teknologi yang begitu pesat dan memengaruhi kehidupan manusia. Teknologi berkembang semakin canggih dan menawarkan dapat memenuhi kebutuhan manusia dengan cepat. Teknologi saat ini sangat memiliki pengaruh besar dalam segala aspek, diantara nya aspek sosial, agama, politik, budaya, maupun ekonomi. Hal ini membuat manusia tidak bisa lari dari pengaruh teknologi yang sudah melapisi segala aspek kehidupan. Teknologi seakan memaksa manusia tunduk dengan sistem globalisasi demi melanjutkan kesinambungan kehidupannya. Hal ini dapat dibuktikan dengan kondisi dimana seseorang dapat berkomunikasi dengan orang lain yang jaraknya jauh dengan menggunakan akses yang sangat mudah dan cepat. Masyarakat membeli kebutuhan yang ia inginkan hanya dengan memesan melalui smartphone tanpa harus pergi jauh. Bahkan banyak pula perusahaan-perusahaan yang menjalankan bisnis nya melalui jejaring social. Interaksi dalam hal ini meliputi berbagai bidang dan aspek kehidupan

⁴ Kiprah Bisnis *Online* di Kalangan Millenial, Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE), Vol. 1 No. 11, 2021, Hal 96-104.
<http://conference.um.ac.id/index.php/nsafe/article/download/2236/1384>

manusia seperti politik, sosial, ekonomi, budaya, agama dan teknologi yang saat ini sudah sangat mudah di jamah oleh masyarakat.

Revolusi industri 4.0 yang berkembang di Indonesia memiliki dampak yang sangat besar di bidang perindustrian dan perekonomian. Salah satu pengaruh nya adalah dalam sistem kegiatan bisnis. Kegiatan bisnis di Indonesia dilakukan secara online melalui jejaring sosial. System ini banyak diminati masyarakat karena banyak kemudahan yang ditawarkan. Diantaranya, kegiatan bisnis bisa terlaksana dengan mudah, dapat mengakses banyak orang dengan mudah, dan dapat melakukan transaksi dengan mudah tanpa dibatasi tempat, waktu, dan tanpa harus bertatap muka.⁵

Maraknya bisnis online ini tentu memaksa para pelaku usaha untuk terus mengembangkan penjualan nya agar terus bisa menjalankan usaha dan bersaing di era digital. Hal ini tentu tidak lepas dengan strategi penjualan yang harus terus diperbarui seiring dengan pesatnya perkembangan bisnis online. Pembaharuan strategi penjualan ini menjadi sangat wajib dilakukan oleh penjual dengantujuan agar produk nya dikenal banyak orang dan bisa menambahkan keuntungan.⁶

Banyak perusahaan yang mencoba banyak strategi penjualan yang terus mengalami pembaruan dan inovatif. Hal ini dilakukan untuk menarik minat konsumen sehingga proses usaha bisa terus berlanjut. Salah satu strategi penjualan yang sangat ramai diminati saat ini adalah strategi penjualan afiliasi. Afiliasi adalah istilah yang sangat penting dalam dunia marketing. Bagi para pengusaha, apabila mereka ingin melakukan ekspansi bisnis dan meningkatkan penjualan, pemahaman di bidang ini tentu dibutuhkan. Afiliasi adalah suatu langkah memperoleh penghasilan tambahan dengan mendaftarkan diri pada suatu perusahaan yang sedang menawarkan peluang untuk menjualkan produknya kepada konsumen melalui afiliasi, agar mendapatkan keuntungan sesuai kesepakatan bersama. Bisnis afiliasi artinya cara mendapatkan uang melalui penjualan produk barang atau jasa dari sebuah perusahaan yang menyediakan program afiliasi. Anda dapat bergabung menjadi *affiliate marketers* dan akan diberikan gaji setelah produk tersebut terjual.

⁵ Ibid.

⁶ Alfinia Ananda Putri, *Strategi Penjualan Online bagi Pelaku Usaha Kopi Kuchink di Masa Pandemi Covid-19*, Prosiding HUBISINTEK, Vol 2 No. 1, 2022
<http://ojs.udb.ac.id/index.php/HUBISINTEK/article/view/1528>

Afiliasi marketing merupakan salah satu strategi pemasaran dalam dunia bisnis yang melibatkan orang ketiga sebagai perantara penjual dan konsumen. Orang yang menjadi perantara dalam bisnis afiliasi disebut afiliator. Adapun tugas dari afiliator adalah memasarkan produk dari penjual agar dapat menarik minat konsumen. Dalam hal hasil penjualan, afiliator mendapatkan komisi dari hasil penjualan yang ia dapatkan dengan nominal yang sudah disepakati dengan penjual pada awal perjanjian bisnis afiliasi. menjadi seorang afiliator tidak membutuhkan modal untuk menjalankan usaha, akan tetapi seorang afiliator langsung dapat melakukan usaha nya dengan menjadi perantara penjualan dari perusahaan yang ia ikuti. Dari pemaparan tersebut dapat difahami bahwa strategi pemasaran afiliasi ini dapat menjanjikan keuntungan bagi pihak-pihak yang menjalankan usaha tanpa perlu memikirkan modal, packaging barang, dan bahkan risiko penjualan. Hal ini yang menjadi alasan utama bisnis afiliasi banyak diminati karena dinilai pendapatan yang diperoleh sangat menjanjikan.

METODE

Metode penelitian hukum normatif atau kepustakaan adalah metode atau cara meneliti bahan pustaka. Dalam penelitian hukum normatif atau penelitian kepustakaan ada beberapa tahap diantaranya: tahap pertama penelitian hukum normatif merupakan penelitian yang ditujukan untuk mendapatkan hukum objektif (norma hukum), yaitu melakukan penelitian terhadap permasalahan hukum. Dan tahap yang kedua adalah penelitian hukum normatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk memperoleh hukum subyektif (hak dan kewajiban).⁷ Penelitian ini bersifat deskriptif yaitu menggambarkan gejala-gejala atau permasalahan permasalahan di lingkungan masyarakat terhadap suatu peristiwa yang diteliti, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yang merupakan tata cara penelitian yang

⁷ Hardijan Rusli, “Metode Penelitian Hukum Normatif: Bagaimana ?”, Law Review, Fakultas Hukum Universitas Pelita Harapan, Vol. 5, No. 3, 2006, H. 50.

menghasilkan data deskriptif. Pendekatan kualitatif digunakan oleh penulis bertujuan untuk memahami gejala-gejala yang diteliti, dan juga bertujuan untuk menarik asas-asas hukum yang dapat dilakukan oleh hukum positif tertulis maupun hukum positif tidak tertulis.⁸

Dalam penelitian yang ditulis oleh penulis ini, menggunakan pendekatan Perundang-undangan (*Statute Approach*). Pendekatan peraturan perundang-undangan adalah metode pendekatan yang wajib dilakukan dalam penelitian hukum. Pendekatan ini dilakukan dengan menelaah semua peraturan perundang-undangan dan regulasi yang memiliki sangkut paut dengan isu hukum yang sedang dihadapi. Dalam penelitian untuk keperluan praktis, pendekatan perundang-undangan ini akan membuka kesempatan bagi peneliti untuk mempelajari adakah konsistensi dan kesesuaian antara suatu undang-undang dengan undang-undang lainnya atau antara undang-undang dengan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 atau regulasi dengan undang-undang.⁹

Pendekatan konseptual (*Conceptual Approach*) dilakukan dengan beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum, dengan mempelajari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin di dalam ilmu hukum tersebut, peneliti akan menemukan ide-ide yang melahirkan asas-asas hukum yang relevan dengan isu yang dihadapi. Pemahaman akan pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin tersebut merupakan sandaran bagi peneliti dalam membangun suatu argumentasi hukum dalam memecahkan isu yang dihadapi.¹⁰

PEMBAHASAN

Perjanjian merupakan sebuah peristiwa di mana seseorang berjanji untuk melakukan sesuatu sehingga dari perjanjian ini timbul akibat hukum yang harus dilaksanakan,

⁸ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Cetakan Ke-11, (Jakarta: Raja Grafindo Persada: 2009) H. 13-14.

⁹ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Cetakan ke-14, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019) h. 136.

¹⁰ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Cetakan ke-14, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), h. 177.

keterikatan antara dua orang ini lah yang disebut perikatan. Pengertian perjanjian dalam pasal 1313 KUHPdata adalah sebagai berikut: suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan diri kepada satu orang atau lebih.¹¹ Menurut Subekti perjanjian adalah suatu hubungan hukum antara dua orang atau lebih, berdasarkan mana pihak yang satu berhak menuntut sesuatu dari pihak lain, dan pihak yang lain tersebut berkewajiban untuk memenuhi tuntutan itu. Di dalam perjanjian ini terdapat janji-janji dan kesepakatan yang berbentuk sebuah kesanggupan untuk melaksanakan sesuatu.

Berdasarkan uraian di atas dapat difahami bahwa perikatan dan perjanjian memiliki hubungan yang sangat erat. Dimana perjanjian yang dibuat oleh para pihak dapat menimbulkan perikatan yang tentunya mengikat pihak-pihak yang membuat perjanjian. Dengan kata lain, perjanjian merupakan sumber perikatan. Perjanjian juga sering disebut dengan kesepakatan karena peristiwa yang terbentuk melalui kesepakatan para pihak yang bersangkutan. Adapun sebutan kontrak untuk perjanjian memiliki makna yang lebih sempit karena yang dimaksud dengan kontrak adalah perjanjian tertulis. Dengan kata lain kontrak berarti perjanjian yang dibuat dalam bentuk tertulis. Perjanjian tertulis atau kontrak merupakan perjanjian yang dibuat dengan menuliskan seluruh isi kesepakatan nya diatas sebuah kertas. Kertas yang berisi perjanjian tersebut disebut dengan akta. Adapun akta sendiri dibagi menjadi akta bawah tangan dan akta otentik.¹² Suatu perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada seorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal. Apabila dibandingkan perikatan dengan perjanjian, maka selain perjanjian merupakan sumber perikatan selain undang-undang, juga perikatan merupakan pengertian yang masih abstrak, karena pihak-pihak dikatakan melaksanakan sesuatu hal,

¹¹ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

¹² I Ketut Oka Setiawan, *Hukum Perdata Mengenai Perikatan* (Jakarta:FH-UTAMA, 2016), h.8

sedangkan perjanjian sudah merupakan suatu pengertian yang konkrit, karena pihak-pihak dikatakan melaksanakan suatu peristiwa tertentu.

Sedangkan pengertian perjanjian menurut para ahli adalah sebagai berikut ¹³:

- 1) Menurut pendapat Sri Soedewi Masjehoen Sofwan menyatakan bahwa perjanjian adalah pengaturan hukum di mana satu orang atau lebih mengingatkan diri mereka sendiri terhadap orang lain baik satu atau lebih.
- 2) Menurut R wirjono Prodjodikoro menyatakan sebagai berikut “perjanjian” diartikan sebagai perbuatan hukum mengenai harta dan kekayaan antara dua pihak, di mana satu pihak yang berjanji atau dianggap berjanji untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu, sedangkan pihak lain berhak menuntut pelaksanaan janji itu.”
- 3) A. Qirom Samsudin Meliala bahwa perjanjian adalah suatu peristiwa dimana satu orang berjanji kepada orang lain atau di mana orang lain berjanji satu sama lain melakukan sesuatu.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas dapat difahami bahwa unsur-unsur perjanjian adalah sebagai berikut : Pertama, adanya kaidah hukum. Ada dua jenis kaidah dalam hukum kontrak yaitu tertulis dan tidak tertulis. Kaidah tertulis hukum terdapat dalam peraturan, undang-undang , perjanjian, dan yurisprudensi. Sedangkan kaidah hukum kontrak yang tidak tertulis adalah kaidah hukum yang timbul, tumbuh, dan hidup dalam masyarakat. Contohnya termasuk jual beli lepas, penjualan tahunan, dan lain-lain. Hukum adat adalah asal dari konsep-konsep hukum tersebut. Kedua, Rechtsperson adalah nama lain dari subjek hukum. Rechtsperson adalah seseorang yang mendukung hak dan tanggung jawab. Dalam

¹³ Nanda Amalia, *Hukum Perikatan*, (Keude Aceh: Unimal Press, 2018), h. 35

hukum kontrak, subjek hukum adalah kreditur dan debitur. Debitur adalah mereka yang berutang, sedangkan kreditur adalah mereka yang terutang.¹⁴

Ketiga, adanya prestasi. Memberi sesuatu, melakukan sesuatu, atau tidak melakukan sesuatu, itulah yang merupakan prestasi, baik yang menjadi kewajiban debitur maupun yang menjadi hak kreditur. Keempat, kesepakatan. Pasal 1320 KUH Perdata mengatur bahwa salah satu syarat sahnya perjanjian adalah kesepakatan kehendak yang dinyatakan para pihak. Kelima, Akibat Hukum. Apabila perbuatan itu tidak dilaksanakan sesuai dengan yang diperjanjikan, para pihak dapat dituntut atau menghadapi akibat hukum. Timbulnya hak dan tanggung jawab adalah akibat hukum. Tidak ada ketentuan yang mengikat secara hukum dalam suatu perjanjian karena dapat dibuat secara lisan maupun tulisan. Perjanjian yang dibuat dalam bentuk tertulis berfungsi sebagai alat bukti apabila pihak-pihak yang melakukan perjanjian bersengketa. Oleh karena itu, bentuk tertulis perjanjian, tidak hanya sebagai alat pembuktian tetapi juga memenuhi syarat untuk terjadinya (perjanjian). Dalam hal pendirian PT, misalnya, undang-undang mengatakan bahwa Anggaran Dasar harus dibuat secara otentik.¹⁵ Dalam perjanjian terdapat asas-asas yang menjadi dasar pelaksanaan perjanjian. Diantara nya adalah asas kebebasan berkontrak, asas konsensualisme, asas kepribadian, asas keseimbangan, asas kepastian hukum, asas moralitas, dan asas kepatutan.

Seiring perkembangan zaman, perjanjian jual beli bereformasi mengikuti perkembangan teknologi dan melakukan perjanjian jual beli berbasis internet atau yang biasa disebut jual beli online. Yang dimaksud dengan "jual beli online" adalah transaksi yang terjadi secara online antara pihak-pihak yang secara geografis terpisah satu sama lain. Menurut pengertian UUTE Pasal 1 angka 17, transaksi elektronik/jual beli elektronik adalah

¹⁴ Ibid. 37

¹⁵ Ibid. 58

perjanjian melalui sarana elektronik, baik internet maupun yang lainnya. Dalam perkembangannya para pengusaha sering menggunakan media jual beli online untuk mempermudah mendapatkan keuntungan dengan menawarkan barang dan benda yang legal. Untuk mengetahui ciri-ciri jual beli menggunakan media online, dapat dilihat melalui tanda-tanda berikut ini:

- a. Adanya pengaturan/kontrak yang ditawarkan berupa dagangan
- b. Kesepakatan dicapai secara online atau melalui internet
- c. Transaksi dilakukan dengan jarak jauh
- d. Perjanjian dicapai dengan platform media sosial
- e. Kebebasan dan kebebasan akses terhadap barang dagangan yang dijual

Dalam transaksi bisnis dan perdagangan dewasa ini, lembaga lembaga yang bertindak sebagai perantara semakin memiliki peran penting. Bahkan, beberapa kegiatan usaha tersebut harus dilakukan dengan bantuan perantara. Salah satu perantara jual beli yang diatur di dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) adalah makelar. Pada dasarnya, makelar adalah seorang perantara dagang yang menghubungkan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli dengan tujuan mendapatkan upah dari penjual.¹⁶

Menurut pasal 62 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) makelar adalah pedagang perantara yang diangkat oleh Gubernur Jenderal (dalam hal ini Presiden) atau oleh penguasa yang oleh Presiden dinyatakan berwenang untuk itu. Mereka menyelenggarakan perusahaan mereka dengan melakukan pekerjaan seperti yang dimaksud dalam pasal 64 dengan mendapat upah atau provisi tertentu, atas amanat dan atas nama orang-orang lain yang dengan mereka tidak terdapat hubungan kerja tetap. Sebelum diperbolehkan melakukan pekerjaan, mereka harus bersumpah di depan raad van justitie di mana ia termasuk dalam daerah hukumnya, bahwa mereka akan menunaikan kewajiban yang dibebankan dengan

¹⁶ H.M.N Purwosutjito, *Pengantar Hukum Dagang*, h.49

jujur.¹⁷ Pejabat yang berwenang harus terlebih dahulu menunjuk makelar sebelum mereka dapat bekerja untuk perusahaan. Hal ini dilakukan dengan sumpah di depan ketua pengadilan negeri di daerah tempat tinggal pihak yang terlibat. Setelah mengucapkan sumpah tersebut, hasil pekerjaannya sebagai makelar akan mendapatkan upah dengan sebutan provisi, artinya hasil keuntungan yang didapatkan seseorang bekerja untuk dan atas nama oranglain.¹⁸

Namun seiring dengan perkembangan zaman, setiap kejadian di lapangan berbeda dengan yang diatur dalam Pasal 62 KUHD. Misalnya, ketentuan yang diatur dalam Pasal 62 KUHD sudah tidak ada lagi dilakukan di depan ketua pengadilan negeri tempat menjalankan tugasnya, tidak mensyaratkan perdagangan perantara untuk bersumpah. Perusahaan kemudian harus memenuhi persyaratan minimal memiliki satu orang pegawai dan seorang direktur yang telah diberikan izin untuk bertindak sebagai pedagang perantara secara pribadi.¹⁹ Hal itu dikarenakan ada makelar yang bertindak berdasarkan pemberian kuasa dari pemilik usaha untuk menjual maupun mencari pembeli barang. Pada prinsipnya makelar mempunyai hak untuk melakukan tindakan-tindakan sesuai perintah dari penjual. Hak yang dimaksud dapat diperoleh dari pemberian kuasa, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 63 KUHD berikut: Perbuatan-perbuatan para pedagang perantara yang tidak diangkat dengan cara demikian tidak mempunyai akibat yang lebih jauh daripada apa yang ditimbulkan dari perjanjian pemberian amanat.

Kegiatan jual beli atau bisnis merupakan kegiatan ekonomi yang banyak dilakukan banyak orang. Ditambah lagi dengan era modern seperti sekarang ini banyak para pelaku usaha menciptakan inovasi bisnis digital dengan tujuan bisnis yang dimiliki dapat terus bertumbuh dan berjalan sejalan dengan pertumbuhan dunia digital. Dengan demikian

¹⁷ Kitab Undang-Undang Hukum Dagang

¹⁸ Ayu Putri Rainah Petung Banjaransari, *Pertanggungjawaban Makelar dan Komisioner kepada Pihak Ketiga Berdasarkan Hukum Dagang Indonesia*. Jurnal Yustisiabel, Vol.5, No.1, 2021. h.11

¹⁹ Ibid.

perubahan zaman tidak menjadikan bisnis yang dimiliki mati tetapi semakin banyak mendapatkan keuntungan. Bisnis yang demikian ini merupakan bentuk bisnis modern yang memiliki beberapa faktor-faktor yang memengaruhi antara lain managerial, teknologi, dan politik sosial kultural.²⁰

Bisnis merupakan kegiatan ekonomi yang di dalam nya berisi kegiatan tukar menukar, jual beli, memproduksi, menggunakan, memasarkan, bekerja, memberi lapangan kerja, dan kegiatan sosial lain nya dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Dalam kegiatan bisnis di zaman modern seperti sekarang ini keuntungan tidak hanya didefinisikan dalam bentuk uang. Akan tetapi keuntungan yang dimaksud adalah juga menyangkut tentang keberlangsungan interaksi antara pelaku usaha dan konsumen terus terjalin dengan baik agar terus bersinergi untuk saling membantu memenuhi kebutuhan satu sama lain. Kegiatan bisnis bukanlah kegiatan mencari untung secara sepihak. Akan tetapi bisnis harus berlangsung melalui komunikasi sosial yang dapat menguntungkan kedua belah pihak.²¹

Kemajuan teknologi digital tidak dapat dihindari dan sangat memengaruhi kegiatan perekonomian. Bahkan segala kegiatan yang dilakukan masyarakat bisa dikatakan sangat bergantung pada teknologi. Hal demikian ini dikarenakan teknologi digital memiliki kemampuan menjangkau segala penjuru dengan cepat sehingga masyarakat dapat memenuhi kepentingannya dengan cepat, mudah, dan efektif.

Begitupula dengan kegiatan ekonomi, teknologi sangat membantu efektifitas kerja, mempercepat penjualan, memperluas jangkauan usaha, dan tentunya dapat meningkatkan keuntungan yang diperoleh dari kegiatan usaha tersebut. Maka tak jarang banyak pengusaha yang memanfaatkan teknologi digital ini untuk mengembangkan usaha nya. Seluruh pengusaha yang menggerakkan usaha nya di dunia digital tentu telah menyiapkan berbagai

²⁰ K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2022). h.1

²¹ Ibid. h. 7

strategi pemasaran untuk melancarkan usaha nya. strategi pemasaran digital tersebut sering disebut dengan istilah *internet marketing*. *Internet marketing* adalah strategi pemasaran berupa ide-ide penjualan yang dilakukan di dunia digital dengan tujuan untuk meningkatkan pertumbuhan usaha.²²

Affiliate marketing adalah strategi pemasaran internet yang paling sering digunakan oleh pengusaha. Prayitno mengatakan bahwa *affiliate marketing* merupakan salah satu strategi pemasaran dengan menjadikan orang ketiga sebagai perantara yang merekomendasikan produk yang ditawarkan penjual dengan sistem pemberian upah atau provisi kepada perantara tersebut apabila terjadi transaksi. *Affiliate marketing* dilakukan melalui situs internet maupun link yang terhubung dengan toko online yang dimiliki oleh pengusaha.²³

Affiliate marketing adalah salah satu cabang ilmu pemasaran. Pemasaran yang menggunakan strategi promosi jaringan internet oleh afiliator. Prioritas komisi pemasaran tidak lebih dari taktik manajemen untuk menarik anggota untuk memperluas perantara penjualan yang dimiliki oleh pemilik bisnis. Afiliator adalah anggota atau member dari sistem pemasaran afiliasi yang bergabung sebagai perantara penjualan yang disebut sebagai afiliator. Secara umum, *affiliate marketing* adalah metode di mana afiliator menjual produk orang lain dengan imbalan komisi setiap kali ada konsumen yang melakukan pembelian melalui link yang dimiliki afiliator. Kemudahan yang diperoleh seorang afiliator adalah afiliator tidak perlu memikirkan stok atau persediaan barang dan jasa yang dijual dan sebaliknya, afiliator hanya berkewajiban untuk mengarahkan pengunjung situs web ke situs web melalui link yang dimiliki oleh afiliator. Apabila terjadi transaksi jual beli maka afiliator akan mendapatkan provisi atau upah dari penjual. Link yang dimiliki afiliator didapatkan dari

²² Isra Misra, *Mekanisme Bagi Hasil pada Sistem Affiliate Marketing Taqychan Saffron*. Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah, Vol. 7, No. 2, 2021. h. 97

²³ Zurina Patrick and Ong Choon Hee, "*Affiliate Marketing in SMEs: The Moderating Effect of Developmental Culture*," *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, Vol. 29, No. 2, 2021, p. 71

penjual dan akan terhubung langsung dengan penjual untuk mendeteksi kegiatan transaksi yang terjadi dalam usaha nya.²⁴

Bisnis afiliasi merupakan salah satu jenis digital marketing yang banyak diminati para pelaku usaha. Bisnis afiliasi merupakan program media iklan system pemasaran antara pihak pertama dan pihak ke dua melalui website atau media lain yang sudah dimiliki pihak ke dua. Dalam pelaksanaannya, mula-mula pihak ke dua diberi link khusus yang telah diawasi oleh teknologi tracking atau pelacak website. Sehingga apabila ada transaksi yang terjadi di pihak ke dua, maka pihak pertama dapat mendeteksi transaksi tersebut. Apabila transaksi dari pihak ke dua itu sudah sah transaksi jual beli afiliasi maka pihak ke dua akan mendapatkan komisi. Program afiliasi merupakan strategi pemasaran yang dilakukan pelaku usaha untuk memasarkan produk nya dan dapat terjual kepada masyarakat. Menurut Eapen, Jihye, dan George, sekelompok ahli ekonomi memaparkan bahwa apabila ditinjau secara umum bisnis afiliasi merupakan strategi bisnis dimana seseorang menjualkan produk dari orang lain dan akan mendapatkan komisi dari penjualan yang dilakukan melalui referensi seseorang tersebut.²⁵ Sehingga, seseorang yang menjualkan produk orang lain tidak perlu memikirkan ketersediaan barang yang dijual akan tetapi hanya berkewajiban mengarahkan konsumen untung mengunjungi laman usaha online yang dimiliki merchant. Adapun alamat laman usaha online akan diberikan oleh merchant kepada afiliator nya. Alamat laman usaha online yang diberikan berfungsi sebagai alat pendeteksi merchant bahwa konsumen-konsumen yang datang ke laman usaha online tersebut melalui afiliator nya. Banyak pelaku usaha yang memilih untuk menjalankan bisnis nya melalui strategi afiliasi. Selain tidak perlu memikirkan resiko ketersediaan barang, strategi ini juga menghasilkan keuntungan yang menjanjikan.

²⁴ Muhamim, “ANALISIS STRATEGI AFFILIATE MARKETING TERHADAP TINGKAT PENJUALAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Butik Zoya Cabang Kedaton Bandar Lampung)”

²⁵ Desrini Ningsih, Putu Hari Kurniawan, Trisa Liliana. *Strategi Afiliasi Bisnis: Suatu Model Pemilihan Channel Penjualan dan Pengelolaan Hotel Non Jaringan di Kota Batam*. Snistek. Vol 2, No. 1, 2019

Cara kerja affiliate marketing adalah melakukan pemasaran dari link penjualan yang telah diberikan merchant (pengusaha) kepada afiliator. Dalam bisnis online, setiap pemasar afiliasi menjual melalui tautan (*link*) afiliasi, yaitu tautan khusus. Merchant afiliasi (pemilik barang dan jasa) menyediakan link Afiliasi tersebut yang dapat diakses oleh orang yang ingin menjadi afiliator dalam usaha yang dimiliki nya. Caranya adalah misalnya kita mencari produk yang ingin kita jual secara online. Kemudian kita melihat salah satu toko online yang menawarkan peluang kerja sebagai afiliator. Kemudian setelah kita klik tautan tersebut, ternyata mereka bersedia membayar kita komisi 40 persen untuk setiap penjualan yang kita lakukan. Apabila kita tertarik maka kita klik link afiliasi yang disediakan dan mengisi lembar registrasi.

Kemudian merchant akan memberikan link afiliasi setelah proses registrasi selesai dan tugas kita selanjutnya adalah mempromosikan link afiliasi tersebut. Cara berpromosi dengan mencantumkan link di signature email atau di website kita dengan harapan ada yang mengkliknya dan membeli barang atau jasa yang kita jual. Apabila ada konsumen yang menekan tautan situs produk yang dijual oleh merchant dan melakukan pembelian terhadap barang atau jasa yang dijual oleh merchant maka afiliator akan mendapatkan komisi penjualan 40% sebagaimana yang tercantum di dalam kesepakatan di awal kerja sebagai afiliator.

Berdasarkan pengamatan yang didapatkan oleh peneliti, bisnis afiliasi yang melibatkan afiliator di dalam *affiliate marketing* ini adalah sama seperti sistem kerja makelar yang menjadi perantara penjualan produk orang lain dan kemudian ia mendapatkan provisi atau upah apabila terjadi transaksi di dalam pemasarannya tersebut. Namun perbedaannya adalah makelar yang dilakukan di media online. Maka dari itu, perjanjian yang terjadi pada bisnis afiliasi ini tidak melanggar hukum dan dianggap sah. Karena profesi sebagai perantara dagang telah diakui dan diatur di dalam Undang-undang. Selain itu, dalam transaksinya,

bisnis afiliasi ini tidak melanggar asas-asas yang berlaku di dalam hukum perjanjian. Oleh karena profesi sebagai afiliator dalam *affiliate marketing* belum memiliki aturan resmi, maka peneliti meletakkan aturan perjanjian yang dilakukan dengan mengikuti dasar-dasar hukum utama yang mengatur tentang perantara dagang.

KESIMPULAN

Di era digital yang semakin berkembang membuat segala kegiatan yang berlaku dalam kegiatan masyarakat dilakukan di dunia digital. Kemampuannya menjangkau segala penjuru dengan luas dalam waktu yang cepat membuat masyarakat merasa segala kepentingannya akan lebih mudah jika dilakukan melalui jejaring digital. Sektor yang sangat dipengaruhi dengan perkembangan digital ini adalah sektor ekonomi. banyak perusahaan yang menjalankan usahanya melalui teknologi digital. Perusahaan yang menjalankan usahanya di dunia digital disebut dengan *e-commerce*. Tentu perusahaan digital ini mencetuskan segala strategi untuk mengembangkan usahanya di dunia digital agar dapat menambah keuntungan perusahaan. Salah satu strategi pemasaran digital yang banyak dilakukan oleh para pelaku usaha adalah *affiliate marketing*. *Affiliate marketing* adalah salah satu strategi pemasaran digital untuk menghasilkan uang sebagai bentuk keuntungan dari kegiatan perdagangan melalui bantuan orang ketiga sebagai perantara. Orang perantara ini disebut dengan afiliator yang bekerja sebagai makelar online dengan memasarkan produk yang dimiliki penjual agar ada konsumen yang tertarik membeli produknya. dari penjualan yang didapatkan, afiliator akan mendapatkan provisi dari penjualan yang berhasil ia lakukan. Kedudukan hukum dalam bisnis afiliasi ini sama seperti pedagang perantara yaitu makelar. Bedanya afiliator yang bekerja dalam *affiliate marketing* ini menjadi perantara dagang di dunia digital. Maka dari itu perjanjian dalam *affiliate marketing* ini menggunakan perjanjian sebagaimana perantara dagang yang diatur dalam KUHP dan KUHD pada umumnya. tentu

saja perjanjian yang dilakukan dianggap sah karena tidak menyalahi aturan-aturan dasar perantara dagang dan tetap menjalankan asas-asas perjanjian dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Ali, (2009), Menguak Teori Hukum (legal Theory) dan Teori Peradilan (Judicial Prudence), Jakarta: Kencana Predana Media Group
- Achmad Ali, (2010), Menguak Realitas Hukum Rampai Kolom dan Artikel Pilihan dalam Bidang Hukum, Jakarta: Kencana Prenada Media
- Akmaludin Syahputra, 2012, Hukum Perdata Indonesia. Bandung, Cita Pustaka Media Perintis
- Arliman S. Laurensius. 2015. *Penegakan Hukum Dan Kesadaran Masyarakat*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dadang Hartanto, 2022. Pengantar Ilmu Hukum. Medan, Umsu Press
- Endrik Safudin, (2017), Dasar-Dasar Ilmu Hukum, Malang: Setara Press
- Esmi Warrasih, Pranata Hukum sebagai Telaah Sosiologis, (Semarang : Suryadaru Utama, 2005
- Frank E. Hagan. 2013. *Pengantar Kriminologi (Teori, Metode dan Prilaku Kriminal Edisi Ketujuh*. Jakarta: Kencana.
- G.W. Paton, (1969), A Textbook of Jurisprudence, Oxford: Oxford University Press
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, 2001, Hukum tentang Perlindungan Konsumen, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- H.M.N Purwosutjito, Pengantar Hukum Dagang, jilid 1
- Handri Rahardjo, Hukum Perjanjian di Indonesia, Jakarta: Pustaka Yustisia, 2009
- Hasanuddin, (2004), Pengantar Ilmu Hukum, Jakarta: Pustaka Al Husna Baru dan UIN Jakarta Press