

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Akad *ju'alah* adalah perjanjian di mana satu pihak, seperti *merchant* atau pemilik produk, memberikan imbalan tertentu atas kepada pihak lain dalam hal ini adalah *Affiliator* atas pencapaian hasil promosi produk. Akad *ju'alah* menegaskan bahwa upah atau komisi hanya diberikan ketika hasil dari tugas yang diminta. *Affiliate marketing* dalam perspektif hukum Islam dipandang sebagai bentuk kerjasama yang sah apabila memenuhi syarat-syarat *akad ju'alah* dan dilakukan tanpa adanya unsur *gharar*. Semua perbuatan yang termasuk dalam kategori muamalah, boleh dilakukan asal tidak ada larangan untuk melakukan kegiatan tersebut. Dengan sifatnya yang demikian, kecuali mengenai yang dilarang, penerapan dan kaidah-kaidanya dapat berubah sesuai perkembangan zaman. Modernisasi dapat dilakukan asal sesuai dan tidak bertentangan dengan syariat islam.

Akad *ju'alah* memiliki kedudukan yang penting dan relevan dalam *affiliate marketing program*. Dalam konteks bisnis afiliasi, akad ini berfungsi untuk memberikan insentif kepada *affiliator* (pihak yang mempromosikan produk) berdasarkan hasil yang dicapai, yaitu penjualan produk. Dalam konteks syariah, akad *ju'alah* yang diterapkan dalam *affiliate marketing* dapat dianggap sah dan sesuai dengan prinsip-prinsip muamalah Islami, selama tidak ada unsur *riba*, *gharar*, dan *maysir* (perjudian) dalam prosesnya. Dalam *affiliate marketing*, akad *ju'alah* memberikan kerangka hukum yang sah dan sesuai syariah untuk mengatur hubungan antara *merchant* dan *affiliate*. Dengan mematuhi syarat-syarat yang

ditetapkan dalam syariah, *affiliate marketing* yang berbasis akad *ju'alah* dapat menjadi salah satu bentuk usaha yang halal dan bermanfaat bagi semua pihak.

Praktik *affiliate marketing* dalam transaksi jual beli *online* berpotensi merugikan konsumen jika tidak diatur dengan baik. *Affiliator* yang kurang transparan dalam memberikan informasi produk, menimbulkan ketidakpuasan konsumen terhadap produk yang diterima. Menurut hukum Islam, konsumen berhak atas informasi yang jujur dan benar tentang produk yang ditawarkan, sementara dalam hukum positif di Indonesia, hak ini diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Sebagai upaya hukum, baik dalam perspektif Islam maupun hukum positif, konsumen yang dirugikan memiliki hak untuk menuntut ganti rugi atau kompensasi. Perlindungan terhadap konsumen berkaitan erat dengan konsep khiyar, yaitu hak pembeli untuk memilih atau membatalkan transaksi jika merasa tidak puas dengan barang atau jasa yang diterimanya. Perlindungan ini menjadi bagian penting dalam mendorong keadilan dan keseimbangan dalam transaksi online yang melibatkan pihak ketiga, yakni *affiliator*.

Secara keseluruhan, akad *ju'alah* dalam *affiliate marketing* memiliki peran penting dalam menyediakan alternatif kerjasama bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Penerapan akad ini dalam ranah digital, seperti pada *affiliate marketing program*, menunjukkan bahwa syariah Islam mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan model bisnis modern tanpa mengabaikan prinsip dasar syariah. Dengan mematuhi syarat-syarat yang telah ditetapkan dalam hukum Islam, *affiliate marketing* berbasis akad *ju'alah* tidak hanya dapat menjadi pilihan usaha

yang halal, tetapi juga berpotensi memberikan keberkahan dan kepercayaan dalam setiap transaksi yang dilakukan secara *online*.

4.2 Saran

1. Saran untuk masyarakat yaitu, Konsumen disarankan untuk lebih memahami cara kerja *affiliate marketing* dan lebih teliti dalam mengevaluasi informasi produk yang disampaikan melalui *affiliator*. Membaca deskripsi produk, melihat ulasan pembelian produk, serta memeriksa kredibilitas *affiliator*, akan membantu konsumen membuat keputusan yang tepat dan menghindari kerugian. Sebelum membeli, konsumen perlu memastikan bahwa *merchant* menyediakan kebijakan pengembalian dana yang jelas. Hal ini penting untuk mengamankan hak konsumen apabila produk yang diterima tidak sesuai deskripsi atau terjadi masalah lain dalam transaksi.
2. Saran untuk *Merchant*, yaitu *Merchant* perlu memastikan bahwa semua informasi produk yang diberikan kepada *affiliator* lengkap dan akurat. Dengan informasi yang transparan, *merchant* dapat membantu *affiliator* memberikan promosi yang benar, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Untuk melindungi konsumen, *merchant* disarankan menyediakan kebijakan pengembalian dana atau produk yang mudah diakses dan dipahami konsumen. Kebijakan ini tidak hanya meningkatkan kepuasan konsumen tetapi juga membantu mencegah sengketa yang mungkin timbul dari transaksi *affiliate marketing*.

3. Saran untuk *Affiliator* yaitu, *Affiliator* disarankan untuk lebih memahami produk sebelum mempromosikannya. *Affiliator* bertanggung jawab untuk memberikan informasi yang benar kepada konsumen, karena kredibilitas dan kepercayaan konsumen dapat berpengaruh langsung pada reputasi *affiliator*. *Affiliator* sebaiknya memahami bahwa akad *ju'alah* dalam Islam menuntut adanya transparansi dan kejujuran dalam promosi produk. Dengan mengikuti etika syariah, *affiliator* dapat memastikan bahwa promosi mereka sesuai dengan prinsip keadilan, sehingga menghindarkan diri dari kedzaliman serta membangun hubungan kepercayaan dengan konsumen.
4. Saran untuk Pemerintah yaitu, Pemerintah disarankan untuk mengembangkan regulasi yang jelas dan tegas mengenai tanggung jawab hukum *affiliator* dan *merchant* dalam *affiliate marketing*. Pengawasan yang lebih ketat terhadap promosi produk melalui *affiliate marketing* akan membantu melindungi konsumen dari risiko penipuan dan informasi yang menyesatkan. Pemerintah dapat mengadakan kampanye edukasi publik untuk meningkatkan literasi digital, khususnya dalam memahami cara kerja *affiliate marketing*. Edukasi tersebut akan membantu konsumen menyadari hak-haknya dalam transaksi digital