

Analisa Pembagian Komisi Tiktok *Affiliate* Tiktok Perspektif Ekonomi Syariah

Armawi

Institut Agama Islam Darul Falah Bondowoso
armawistis@gmail.com

Abstrak

Perkembangan ekonomi digital telah melahirkan berbagai model bisnis baru, salah satunya adalah program TikTok Affiliate. Program ini memungkinkan individu memperoleh komisi dari promosi produk melalui platform media sosial. Meskipun memberikan peluang ekonomi yang besar, mekanisme pembagian komisi TikTok Affiliate perlu dikaji lebih mendalam dari perspektif ekonomi syariah untuk memastikan kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip Islam. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis mekanisme pembagian komisi TikTok Affiliate ditinjau dari konsep akad, keadilan, kehalalan objek transaksi, serta prinsip larangan riba, gharar, dan maisir. Metode yang digunakan adalah studi kepustakaan dengan pendekatan kualitatif-deskriptif. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara prinsip, pembagian komisi TikTok Affiliate dapat dibolehkan dalam Islam selama memenuhi ketentuan akad yang jelas, transparansi, keadilan, serta produk yang dipromosikan bersifat halal.

Kata kunci: TikTok Affiliate, Komisi, Ekonomi Syariah, Akad, Digital Marketing.

Abstract

The development of the digital economy has given rise to various new business models, one of which is the TikTok Affiliate program. This program allows individuals to earn commissions from product promotions through social media platforms. Although it offers significant economic opportunities, the TikTok Affiliate commission sharing mechanism requires further examination from a sharia economic perspective to ensure its compliance with Islamic principles. This article aims to analyze the TikTok Affiliate commission sharing mechanism in terms of the concept of contract, fairness, the permissibility of the transaction object, and the principles of prohibition of riba, gharar, and maisir. The method used is a literature review with a qualitative-descriptive approach. The results of the analysis indicate that, in principle, TikTok Affiliate commission sharing is permissible in Islam as long as it meets the requirements of a clear contract, transparency, fairness, and the product being promoted is halal.

Keywords: TikTok Affiliate, Commission, Sharia Economy, Contract, Digital Marketing.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan perdagangan Danuri, (2019). Digitalisasi ekonomi mendorong munculnya berbagai model bisnis baru yang berbasis platform digital (*platform-based economy*), salah satunya adalah pemasaran afiliasi (*affiliate marketing*) Siagian, (2025). Model ini memungkinkan individu atau pihak tertentu memperoleh komisi dengan mempromosikan produk atau jasa melalui media digital tanpa harus memiliki barang secara langsung. Fenomena ini semakin berkembang seiring meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan transaksi ekonomi (patria adiguna, 2025).

Salah satu platform media sosial yang saat ini mengalami pertumbuhan pesat adalah TikTok erwin permana, (2025). Awalnya dikenal sebagai platform hiburan berbasis video pendek, TikTok kini telah bertransformasi menjadi ekosistem bisnis digital melalui fitur TikTok Shop dan TikTok Affiliate. Program TikTok Affiliate memungkinkan kreator atau pengguna mempromosikan produk tertentu dengan menyertakan tautan afiliasi, kemudian memperoleh komisi dari setiap transaksi yang berhasil dilakukan melalui tautan tersebut. Sistem ini menjadi peluang ekonomi baru bagi masyarakat, khususnya generasi muda, untuk memperoleh pendapatan tambahan secara fleksibel dan berbasis kreativitas wahidin, (2024).

Namun, di balik peluang ekonomi yang ditawarkan, sistem pembagian komisi dalam TikTok Affiliate memunculkan berbagai persoalan yang perlu dikaji secara kritis, terutama dari perspektif ekonomi syariah. Dalam praktiknya, pembagian komisi antara penjual, platform, dan afiliasi ditentukan berdasarkan persentase tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya. Mekanisme ini melibatkan akad, pembagian keuntungan, serta relasi kerja sama antara para pihak yang terlibat. Sholihah, (2025) Oleh karena itu, penting untuk menilai apakah sistem tersebut telah memenuhi prinsip-prinsip keadilan, kejelasan akad, dan kehalalan transaksi sebagaimana yang diajarkan dalam ekonomi Islam.

Ekonomi syariah menekankan bahwa setiap aktivitas muamalah pada dasarnya diperbolehkan selama tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang, seperti riba, *gharar* (ketidakjelasan), *maysir* (spekulasi/ perjudian), penipuan, serta praktik yang merugikan salah satu pihak Nurjanah et al., (2024). Dalam konteks TikTok Affiliate, muncul pertanyaan mendasar mengenai kejelasan akad yang digunakan, apakah termasuk akad ju'alah, ijarah,

wakalah bil ujah, atau bentuk kerja sama lainnya. Selain itu, transparansi pembagian komisi, kejelasan hak dan kewajiban afiliator, serta peran platform sebagai perantara juga perlu ditinjau lebih lanjut berdasarkan prinsip syariah Rianda et al., (2024).

Permasalahan lain yang tidak kalah penting adalah potensi ketidakseimbangan pembagian komisi dan posisi tawar antara afiliator dan platform. Dalam beberapa kasus, perubahan kebijakan sepihak oleh platform, pemotongan komisi, atau penundaan pembayaran dapat menimbulkan unsur ketidakadilan (*zulm*). Padahal, ekonomi syariah menempatkan prinsip keadilan (*al-'adl*) dan kemaslahatan (*maslahah*) sebagai fondasi utama dalam setiap transaksi ekonomi. Oleh sebab itu, sistem pembagian komisi yang tidak jelas dan tidak transparan berpotensi bertentangan dengan nilai-nilai ekonomi Islam Maharani et al.,(2025).

Selain aspek akad dan keadilan, aspek objek transaksi juga menjadi perhatian dalam perspektif syariah. Produk yang dipromosikan melalui TikTok Affiliate sangat beragam, mulai dari produk halal hingga produk yang masih diperselisihkan kehalalannya husnul khatimah, (2025). Hal ini menimbulkan implikasi hukum syariah bagi afiliator sebagai pihak yang turut berperan dalam pemasaran produk tersebut. Dalam ekonomi syariah, setiap pihak yang terlibat dalam rantai transaksi memiliki tanggung jawab moral dan hukum terhadap kehalalan aktivitas yang dijalankannya .

Melihat fenomena tersebut, kajian akademik mengenai sistem pembagian komisi TikTok Affiliate dalam perspektif ekonomi syariah menjadi sangat relevan dan penting. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai kesesuaian praktik TikTok Affiliate dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, sekaligus mengidentifikasi potensi permasalahan syariah yang mungkin muncul dalam praktiknya. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi para pelaku TikTok Affiliate, platform digital, serta regulator agar sistem yang diterapkan dapat lebih adil, transparan, dan sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Di Indonesia, TikTok Affiliate berkembang sangat pesat dan diminati oleh berbagai kalangan, mulai dari mahasiswa, ibu rumah tangga, hingga pelaku UMKM. Sistem komisi yang ditawarkan dinilai menarik karena tidak mengharuskan afiliator memiliki stok barang. musyiquddin, (2025) Namun demikian, sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim,

muncul pertanyaan mengenai kehalalan mekanisme pembagian komisi tersebut menurut perspektif ekonomi syariah.

Ekonomi syariah menekankan prinsip keadilan, transparansi, dan kemaslahatan dalam setiap transaksi. Setiap aktivitas ekonomi harus terhindar dari unsur riba, *gharar* (ketidakjelasan), dan *maisir* (spekulasi/untung-untungan).fitriani, (2024) Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis akademik terhadap sistem pembagian komisi TikTok Affiliate untuk mengetahui apakah praktik tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah.

Dengan demikian, analisa pembagian komisi TikTok Affiliate dari perspektif ekonomi syariah tidak hanya penting secara teoritis, tetapi juga memiliki implikasi praktis bagi perkembangan ekonomi digital syariah di Indonesia. Kajian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi ilmiah dalam memperkaya khazanah keilmuan ekonomi syariah, khususnya dalam menghadapi tantangan dan peluang ekonomi digital di era modern. Adapun tujuan penulisan artikel ilmiah ini adalah: mengetahui mekanisme pembagian komisi dalam program TikTok Affiliate. menganalisis akad yang digunakan dalam TikTok Affiliate menurut ekonomi syariah. menilai kesesuaian pembagian komisi TikTok Affiliate dengan prinsip ekonomi syariah.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-analitis. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam mekanisme pembagian komisi dalam program TikTok Affiliate serta menganalisis kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Penelitian bersifat normatif-empiris, yaitu mengkaji praktik yang terjadi di lapangan dan menilainya berdasarkan ketentuan syariah.

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan afiliator TikTok Affiliate yang aktif serta observasi terhadap mekanisme kerja program afiliasi, termasuk sistem komisi dan ketentuan yang berlaku. Data sekunder diperoleh dari literatur ekonomi syariah, fatwa DSN-MUI, buku fiqh muamalah, jurnal ilmiah, serta dokumen resmi dan kebijakan program TikTok Affiliate.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, dengan cara memaparkan mekanisme pembagian komisi, mengidentifikasi akad

yang digunakan, kemudian membandingkannya dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah seperti keadilan, kejelasan akad, dan kehalalan transaksi. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, sehingga hasil penelitian diharapkan objektif dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Hasil Dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, sistem pembagian komisi dalam program TikTok Affiliate merupakan bagian dari model ekonomi digital berbasis platform yang melibatkan tiga pihak utama, yaitu penjual (seller), afiliator, dan platform TikTok sebagai penyedia sarana teknologi sekaligus perantara transaksi. Afiliator berperan sebagai pihak yang memasarkan produk melalui konten digital, baik berupa video pendek, siaran langsung, maupun fitur etalase produk. Dalam menjalankan perannya, afiliator tidak diwajibkan memiliki stok barang, melainkan hanya mempromosikan produk dengan menyertakan tautan afiliasi. Ketika terjadi transaksi pembelian melalui tautan tersebut, afiliator memperoleh komisi sebagai imbalan atas jasa promosi yang telah dilakukan.

Penelitian menemukan bahwa mekanisme pembagian komisi dalam TikTok Affiliate didasarkan pada persentase tertentu dari harga jual produk. Persentase ini ditetapkan oleh penjual dengan persetujuan platform dan dapat berbeda-beda antar produk maupun antar penjual. Informasi mengenai besaran komisi umumnya ditampilkan secara terbuka pada dashboard afiliator sebelum promosi dilakukan, sehingga secara teoritis telah memenuhi unsur kejelasan (bayan) dalam akad. Namun, dalam praktiknya terdapat beberapa ketentuan tambahan, seperti potongan komisi oleh platform, biaya layanan, serta masa penahanan dana sebelum komisi dapat dicairkan. Ketentuan-ketentuan ini tidak selalu dipahami secara utuh oleh afiliator, sehingga berpotensi menimbulkan ketidakjelasan (gharar) dalam pelaksanaan akad.

Dari aspek akad, hubungan hukum antara afiliator, penjual, dan platform tidak dituangkan dalam bentuk akad tertulis konvensional, melainkan dalam bentuk persetujuan digital terhadap syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh platform. Persetujuan ini bersifat baku (*standard contract*), di mana afiliator tidak memiliki ruang negosiasi terhadap isi perjanjian. Dalam perspektif ekonomi syariah, akad semacam ini tetap dapat dinilai sah selama memenuhi rukun dan syarat akad, yaitu adanya pihak yang berakad, objek akad yang jelas, serta adanya kerelaan (taradhi). Akan tetapi, dominasi salah satu pihak dalam penentuan isi akad perlu dikaji lebih lanjut dari sudut pandang keadilan syariah.

Berdasarkan analisis fiqh muamalah, praktik TikTok Affiliate paling mendekati akad ju'alah, yaitu akad pemberian imbalan atas keberhasilan mencapai suatu hasil tertentu. Dalam akad ju'alah, pihak pemberi imbalan tidak diwajibkan memberikan upah apabila hasil yang diharapkan tidak tercapai. Hal ini sejalan dengan praktik TikTok Affiliate, di mana afiliator hanya memperoleh komisi apabila berhasil menghasilkan penjualan. Akad ju'alah dibolehkan

dalam Islam karena bersifat tolong-menolong dan tidak mengandung unsur riba, selama imbalan dan jenis pekerjaan dijelaskan dengan jelas sejak awal. Dengan demikian, secara konseptual, sistem komisi TikTok Affiliate dapat dinilai sah menurut ekonomi syariah.

Meskipun demikian, hasil penelitian menunjukkan adanya potensi permasalahan dari sisi prinsip keadilan (*al-'adl*). Afiliator berada pada posisi tawar yang relatif lemah dibandingkan platform, khususnya terkait dengan perubahan kebijakan komisi, algoritma distribusi konten, serta sistem pembayaran. Perubahan kebijakan secara sepihak, seperti penurunan persentase komisi atau penundaan pencairan dana tanpa penjelasan yang memadai, dapat berpotensi menimbulkan unsur ketidakadilan (*zulm*). Dalam ekonomi syariah, setiap akad kerja sama harus menjamin adanya keseimbangan hak dan kewajiban serta melarang praktik yang merugikan salah satu pihak. Oleh karena itu, transparansi dan konsistensi kebijakan menjadi aspek yang sangat penting dalam menjaga kesesuaian praktik ini dengan prinsip syariah.

Selain prinsip keadilan, prinsip transparansi (*al-wudhuh*) juga menjadi perhatian utama dalam penelitian ini. Informasi mengenai sistem pembagian komisi, potongan biaya, serta waktu pencairan dana harus disampaikan secara jelas dan mudah dipahami oleh afiliator. Ketidakjelasan informasi atau perubahan aturan yang tidak disosialisasikan secara memadai berpotensi mengandung unsur gharar, yang dilarang dalam ekonomi syariah. Dengan demikian, meskipun secara umum sistem TikTok Affiliate telah menyediakan informasi awal mengenai komisi, masih diperlukan peningkatan transparansi agar tidak menimbulkan kerugian bagi pihak afiliator.

Aspek objek transaksi juga menjadi bagian penting dalam pembahasan ini. Produk yang dipromosikan melalui TikTok Affiliate sangat beragam, mulai dari produk makanan, kosmetik, hingga jasa digital. Tidak semua produk tersebut memiliki kejelasan status kehalalan. Dalam perspektif ekonomi syariah, kehalalan objek transaksi merupakan syarat utama sahnya akad. Afiliator sebagai pihak yang turut berperan dalam pemasaran produk memiliki tanggung jawab moral dan syariah untuk memastikan bahwa produk yang dipromosikan tidak mengandung unsur haram atau syubhat. Apabila afiliator mempromosikan produk yang dilarang dalam Islam, maka komisi yang diperoleh dari promosi tersebut berpotensi menjadi tidak halal.

Lebih jauh, penelitian ini menemukan bahwa sebagian afiliator menjalankan aktivitas TikTok Affiliate semata-mata dengan orientasi keuntungan tanpa memahami aspek akad dan hukum syariah yang melingkupinya. Kurangnya literasi ekonomi syariah menyebabkan afiliator kurang memperhatikan kejelasan akad, keadilan pembagian komisi, serta kehalalan produk yang dipromosikan. Padahal, dalam ekonomi syariah, keuntungan finansial harus selalu sejalan dengan nilai keadilan, kejujuran, dan kemaslahatan. Oleh karena itu, edukasi dan pendampingan mengenai ekonomi syariah dalam praktik ekonomi digital menjadi sangat penting.

Dengan demikian, hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa sistem pembagian komisi dalam TikTok Affiliate pada dasarnya diperbolehkan dalam perspektif ekonomi syariah apabila memenuhi beberapa ketentuan utama, yaitu menggunakan akad ju'alah yang jelas, menerapkan prinsip keadilan dan transparansi, tidak mengandung unsur riba, gharar, dan maisir, serta memastikan kehalalan objek transaksi. Namun, apabila praktik tersebut dijalankan tanpa memperhatikan prinsip-prinsip tersebut, maka berpotensi menimbulkan pelanggaran syariah dan mereduksi nilai kemaslahatan yang seharusnya menjadi tujuan utama aktivitas ekonomi dalam Islam.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa sistem pembagian komisi dalam program TikTok Affiliate merupakan bentuk kerja sama ekonomi digital berbasis jasa promosi yang melibatkan penjual, afiliator, dan platform sebagai perantara. Mekanisme ini memberikan peluang bagi afiliator untuk memperoleh penghasilan tanpa harus memiliki barang, dengan imbalan berupa komisi dari setiap transaksi yang berhasil dilakukan melalui tautan afiliasi.

Ditinjau dari perspektif ekonomi syariah, praktik TikTok Affiliate pada dasarnya dapat dibenarkan dan cenderung sesuai dengan akad ju'alah, yaitu pemberian imbalan atas keberhasilan mencapai hasil tertentu. Akad ini diperbolehkan dalam Islam selama memenuhi rukun dan syarat akad, terdapat kejelasan pekerjaan dan imbalan, serta dilandasi kerelaan para pihak. Oleh karena itu, secara konseptual, sistem komisi TikTok Affiliate tidak bertentangan dengan prinsip dasar fiqh muamalah. Namun demikian, penelitian ini menemukan beberapa potensi permasalahan syariah, khususnya terkait prinsip keadilan dan transparansi. Posisi afiliator yang relatif lemah terhadap platform, adanya kemungkinan perubahan kebijakan sepihak, potongan komisi, serta penundaan pembayaran berpotensi menimbulkan unsur ketidakadilan (zulm) dan ketidakjelasan (gharar) apabila tidak dikelola secara transparan. Hal ini menunjukkan perlunya perbaikan sistem agar hak dan kewajiban seluruh pihak berada dalam posisi yang seimbang.

Selain itu, aspek kehalalan objek transaksi juga menjadi faktor penting dalam penilaian syariah. Afiliator memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa produk yang dipromosikan tidak bertentangan dengan ketentuan syariah. Promosi terhadap produk yang haram atau syubhat dapat berdampak pada ketidakhalalan komisi yang diperoleh, sehingga bertentangan dengan prinsip ekonomi syariah yang menekankan kehalalan dan kemaslahatan. Dengan demikian, sistem pembagian komisi TikTok Affiliate dapat dinilai sesuai dengan prinsip ekonomi syariah apabila dilaksanakan dengan akad yang jelas, transparan, adil, serta melibatkan produk yang halal. Penelitian ini merekomendasikan adanya peningkatan literasi ekonomi syariah bagi afiliator, transparansi kebijakan oleh platform, serta pengawasan terhadap objek transaksi, agar praktik TikTok Affiliate tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga selaras dengan nilai-nilai Islam.

Daftar Pustaka

- Dina ilham nurjannah, fitriani, riski anisa. (2024). Konsep Gharar dan Maisir dalam Transaksi Ekonomi Fikih Mu ' amalah. *Al-Fiqh: Journal of Islamic Studies*, 2(3), 159–166. <https://doi.org/10.59996/al-fiqh.v2i3.368>
- Erwin permana, najma nury, sabrina oktavia. (2025). pemanfaatan tik tok sebagai media pemasaran brand fashion arklina untuk menarik konsumen gen Z. *Anggaran: Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(3), 2.
- Husnul khatimah, R. (2025). implementasi kaidah al-hajah tunazzalu manzilah al-darurah terhadap pendapatan aplikasi tik tok. *Al-Fikrah : Jurnal Kaidah Islam*, 2(2), 419–445. <https://doi.org/10.36701/fikrah.v2i2>.
- Maharani, D. F., Alifa, R. S., Andrian, D., & Herdiana, D. (2025). Analisis Penerapan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Skema Komisi dan Bonus pada Platform. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 3(5), 201–208.
- Musyiquddin, cici insiyah. (2025). Tiktok Affiliate Sebagai Sarana Peningkatan Ekonomi Dalam Pengembangan Usaha Digital. *At-Tsaqoh: Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam*, 10(1), 64–82.
- Patria adiguna, fajar sasongko. (2025). optimalisasi penggunaan affiliate marketing terhadap business to business (B2B). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 1–9.
- perkembangan dan tranformasi teknologi digital. (2019). *Infokam*, 2, 116–123.
- Rianda, R. R., Anggraini, B., & Fitri, S. D. (2024). Prinsip Muamalah dalam Ekonomi Syariah : Tinjauan dan Implementasi. *Hikmah: Jurnal Studi Pendidikan Agama Islam*, 1(4).
- Sholihah, ummu umayyah. inti ulfi. (2025). sistem pemberian komisi pada tik tok affiliate berdasarkan fatwa DSN-MUI no 144. mui//XII/2021. *Madani Syariah*, 8(2), 159–170.
- Siagian, M. N. (2025). Strategi Pemasaran Affiliate Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jabm: Jurnal Administrasi Modern*, 1(2).
- Wahidin, safaruddin. (2024). Pemberian Imbalan Via Aplikasi TikTok Perspektif Hukum Ekonomi Syariah : Analisis Terhadap Program TikTok Affiliate. *Taqnin: Jurnal Syariah Dan Hukum*, 06(01), 1–18.