
**BISNIS AFFILIATE MARKETING DALAM PANDANGAN HUKUM ISLAM
DAN IMPLIKASINYA TERHADAP KESEJAHTERAAN MAHASISWA DI
KABUPATEN SUBANG**

Nour Khalid¹Sekolah Tinggi Agama Islam Darussalam Kunir
nourkhalid@darussalamuniversity.ac.id

Diserahkan: 29-10-2024

Diterima: 02-11-2024

Diterbitkan: 30-11-2024

Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi praktik affiliate marketing pada platform TikTok Shop dari perspektif hukum Islam serta dampaknya terhadap kesejahteraan mahasiswa di Kabupaten Subang. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini menggabungkan analisis normatif terhadap keabsahan akad syariah dengan analisis empiris terhadap pengalaman mahasiswa sebagai pelaku bisnis digital. Data primer diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur dan observasi langsung, sementara data sekunder meliputi literatur akademik, kitab fikih, dan dokumen regulasi platform digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa affiliate marketing memiliki potensi untuk dianggap sah menurut hukum Islam jika memenuhi prinsip-prinsip akad syariah seperti jualah atau wakalah. Bisnis ini juga memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan mahasiswa, fleksibilitas waktu, dan pengembangan keterampilan digital, meskipun manfaatnya tidak merata. Tantangan utama meliputi keterbatasan akses teknologi, kurangnya pemahaman terhadap regulasi platform, serta risiko ketergantungan pada teknologi digital. Studi ini menekankan pentingnya edukasi tentang regulasi syariah dan pengelolaan bisnis digital yang berkelanjutan untuk memastikan kesejahteraan mahasiswa sebagai pelaku. Temuan ini memberikan wawasan baru tentang relevansi syariah dalam bisnis digital serta kontribusinya terhadap pemberdayaan ekonomi kelompok muda di era teknologi.

Kata Kunci: Affiliate Marketing, Hukum Islam, Kesejahteraan Mahasiswa**ABSTRACT**

This study explores the practice of affiliate marketing on the TikTok Shop platform from an Islamic law perspective and its impact on the welfare of students in Subang Regency. Using a descriptive qualitative approach, this research combines normative analysis of the validity of Islamic contracts with an empirical analysis of the experiences of students as digital business actors. Primary data were obtained through semi-structured interviews and direct observation, while secondary data include academic literature, Islamic jurisprudence texts, and digital platform regulatory documents. The findings indicate that affiliate marketing has the potential to be considered permissible under Islamic law if it adheres to the principles of Sharia contracts, such as *ju'alah* or *wakalah*. This business also positively contributes to students' income, time flexibility, and digital skills development, though the benefits are not evenly distributed. Major challenges include limited access to technology, lack of understanding of platform regulations, and the risk of dependency on digital technology. The study emphasizes the importance of education on Sharia regulations and sustainable digital business management to ensure the well-being of students as participants. These findings provide

new insights into the relevance of Sharia principles in digital business and their contribution to empowering young economic groups in the technological era.

Keywords: Affiliate Marketing, Islamic Law, Student Welfare

PENDAHULUAN

Penelitian ini dilatarbelakangi maraknya bisnis afiliator yang diminati oleh generasi Z atau dikenal dengan gen Z. Para afiliator yang telah memperoleh izin untuk mempromosikan suatu produk akan memulai mempromosikan barang-barang yang akan diperjualbelikan melalui salah satu platform media sosial seperti tik tok secara live (Narasumber SLM, personal communication, Desember 2023). Pada tahapan awal atau bagi para pemula seorang afiliator akan mempromosikan barang-barang yang dimilikinya terlebih dahulu dengan menjelaskan spesifikasi baerang disertai dengan kelebihan-kelebihannya (Informan NK, personal communication, Desember 2023). Selanjutnya, apabila sang afiliator telah memiliki follower dengan jumlah tertentu maka para produsen akan menggandengnya untuk turut serta mempromosikan produk-produknya (Informan NK, personal communication, Desember 2023; Narasumber SLM, personal communication, Desember 2023).

Kajian tentang Bisnis Affiliate Marketing dalam Pandangan Hukum Islam dan Implikasinya telah banyak dilakukan oleh banyak ahli, misalnya (Sutandi et al. 2024), Berfokus pada peran Affiliate Marketing dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan, Penelitian yang dilakukan oleh (Rahman 2022) berfokus pada pengkajian terhadap hukum tertulis atau dokumen (penelitian hukum normatif) mengenai keabsahan praktik komisi dalam perspektif hukum Islam, sementara penelitian yang dilakukan oleh (Sulthonuddin 2024). Berfokus pada Validitas hukum ekonomi syariah terkait bisnis afiliasi yang diqiyaskan dengan akad jualah dan kepatuhan terhadap regulasi dan persyaratan yang ditetapkan oleh TikTok Shop dalam menjalankan bisnis afiliasi. Adapun kajian pada penelitian ini membahas lebih luas, tidak hanya membahas terkait praktik bisnis Affiliate Marketing dan tinjauan dalam perpektif hukum Islam hingga membahas terkait dampak dari adanya praktik bisnis tersebut di lingkungan masyarakat pengguna aplikasi tiktok shop.

Penelitian ini, memiliki kebaruan yang terletak pada fokus dan pendekatannya. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Sutandi et al. (2024), Rahman (2022), dan Sulthonuddin (2024), penelitian ini menggabungkan analisis hukum Islam dengan pendekatan empiris terhadap dampak praktik affiliate marketing terhadap kesejahteraan mahasiswa sebagai pelaku. Sutandi et al. (2024) menitikberatkan kajian mereka pada bagaimana affiliate marketing membangun kepercayaan pelanggan tanpa menyoroti kesejahteraan pelaku, khususnya mahasiswa. Sebaliknya, penelitian ini memusatkan perhatian pada aspek sosial-ekonomi pelaku bisnis afiliasi. Rahman (2022) mendekati tema affiliate marketing melalui penelitian normatif, berfokus pada dokumen hukum Islam yang relevan untuk menilai keabsahan komisi. Walaupun penelitian ini berguna untuk memahami dimensi kehalalan, ia tidak menyentuh dampak nyata praktik ini terhadap kesejahteraan ekonomi atau sosial para pelaku. Di sisi lain, Sulthonuddin (2024) mengkaji validitas affiliate marketing berdasarkan konsep akad jualah dan kepatuhan pada regulasi TikTok Shop. Namun, penelitian tersebut terbatas pada evaluasi hukum formal tanpa mengeksplorasi dampaknya terhadap kelompok tertentu, seperti mahasiswa yang memanfaatkan bisnis ini sebagai sumber pendapatan.

Kebaruan penelitian ini terletak pada upayanya menjembatani analisis hukum Islam dengan dampak nyata yang dialami oleh mahasiswa di Kabupaten Subang yang terlibat dalam affiliate marketing. Fokusnya tidak hanya pada validitas hukum, tetapi juga



pada pengaruh praktik ini terhadap kesejahteraan ekonomi mahasiswa, termasuk perubahan kondisi finansial, motivasi keterlibatan dalam bisnis, serta tantangan yang dihadapi dalam mencapai kesejahteraan. Problematika utama yang diangkat oleh penelitian ini adalah sejauh mana affiliate marketing, sebagai salah satu bentuk bisnis digital yang berkembang pesat, dapat dianggap sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam dan bagaimana implikasinya bagi kelompok pelaku tertentu. Dalam konteks ini, mahasiswa di Kabupaten Subang dijadikan subjek karena mereka adalah kelompok yang rentan secara ekonomi, namun sering kali adaptif terhadap peluang bisnis digital. Permasalahan timbul ketika keabsahan praktik affiliate marketing ini, baik dari segi akad maupun sistem pembagiannya, belum sepenuhnya diterima secara konsensus dalam hukum Islam. Selain itu, terdapat dilema terkait kesejahteraan mahasiswa, di mana bisnis ini berpotensi memberikan pendapatan tambahan namun juga bisa menghadirkan risiko eksploitatif atau ketergantungan pada platform digital tertentu.

Berdasarkan permasalahan di atas, kajian ini akan mengungkap, pertama, bagaimana praktik affiliate marketing yang dilakukan oleh mahasiswa di Kabupaten Subang diterapkan dalam perspektif hukum Islam, termasuk analisis keabsahan akad dan komisi yang terlibat. Kedua, sejauh mana bisnis ini memengaruhi kesejahteraan ekonomi mahasiswa, baik dalam hal peningkatan pendapatan maupun perubahan kondisi sosial-ekonomi mereka. Ketiga, faktor-faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi mahasiswa dalam menjalankan affiliate marketing, khususnya terkait kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dan regulasi platform digital seperti TikTok Shop.

Pertanyaan di atas didasari oleh asumsi bahwa: pertama, affiliate marketing memiliki potensi untuk dianggap sah dalam perspektif hukum Islam jika sesuai dengan prinsip-prinsip akad syariah, seperti jualah atau wakalah, meskipun praktiknya memerlukan analisis mendalam terkait sistem komisi yang diterapkan. Kedua, bisnis affiliate marketing memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan mahasiswa melalui peningkatan pendapatan, fleksibilitas waktu, dan keterampilan digital, meskipun manfaat ini tidak merata dan bergantung pada tingkat keterlibatan serta dukungan infrastruktur teknologi. Ketiga, keberhasilan mahasiswa dalam menjalankan affiliate marketing dipengaruhi oleh pemahaman mereka terhadap regulasi syariah dan platform, akses terhadap perangkat teknologi, serta kemampuan mereka untuk bersaing dalam pasar digital yang semakin kompetitif.

Kajian Pustaka

a. Affiliate Marketing

Kajian mengenai bisnis Affiliate Marketing telah banyak dilakukan oleh banyak ahli. Analisis peran Affiliate Marketing dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan (Literatur Review Jurnal) (Sutandi et al. 2024), Pengaruh Variasi Produk Dan Insentif Penjualan Terhadap Peningkatan Affiliate Marketing Tiktok Shop (Sugiyanto, Yunita, and Adelia 2024), The Influence of Product Reviews and Content Creators on Purchase Interest through Affiliate Marketing of Shopee E-Commerce users in Kudus Regency (Kholifatul Maulida, Mochamad Edris, and Joko Utomo 2023). Praktik Affillate Marketing Pada Platform E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Indonesia (Sukma et al. 2024), Affiliate Marketing: Marketing Strategy to Increase Online Sales (Erislan 2024). Sutandi et al. (2024) Mereka menemukan bahwa keterlibatan afiliasi yang memiliki reputasi baik dan kredibilitas dapat membangun relasi kepercayaan antara pelanggan dan merek, terutama jika afiliasi berperan sebagai pembimbing atau konsultan produk. Sugiyanto et al. (2024) Produk yang bervariasi memberikan lebih banyak peluang bagi afiliasi untuk menyesuaikan promosi dengan audiens yang beragam, sementara insentif memotivasi afiliasi untuk mempromosikan lebih agresif dan konsisten.

Kholifatul Maulida et al. (2023) Mereka menemukan bahwa ulasan yang jujur dan otentik dari kreator konten yang menjadi afiliasi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, karena memberikan informasi lebih mendalam tentang produk. Sukma et al. (2024) Mereka menemukan bahwa, meskipun secara umum legal, masih ada tantangan terkait regulasi yang kurang jelas tentang komisi dan pajak yang harus dibayar oleh afiliasi. Studi ini menekankan pentingnya penyesuaian regulasi dengan perkembangan ekonomi digital. Erislan (2024) Afiliasi yang memiliki kemampuan pemasaran digital yang baik dapat mengarahkan lebih banyak lalu lintas dan konversi, sehingga memaksimalkan pendapatan dari platform e-commerce. Kedua penelitian di atas fokus pada faktor eksternal yang memengaruhi keberhasilan affiliate marketing. Sutandi et al. menekankan pentingnya *trust-building* melalui afiliasi, sementara Sugiyanto et al. berfokus pada variasi produk dan insentif sebagai penggerak utama kesuksesan afiliasi di platform TikTok Shop. Tiga penelitian ini fokus pada aspek-aspek internal dari affiliate marketing. Kholifatul Maulida et al. menekankan pentingnya ulasan produk dan konten, Sukma et al. menyoroti aspek hukum dan regulasi, dan Erislan berfokus pada strategi pemasaran afiliasi yang meningkatkan penjualan.

b. Ekonomi Syariah

Ekonomi Syariah adalah sistem ekonomi yang berdasarkan pada prinsip-prinsip dan aturan-aturan yang bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, dan sumber hukum Islam lainnya, seperti ijtihad para ulama. Ekonomi syariah selalu dijadikan sebagai tolak ukur kehalalan dan kebaikan praktek ekonomi yang terus berkembang di dunia. Misalnya Transaksi E-Commerce Dalam Ekonomi Syariah (Muhammad 2020), Perkembangan Ekonomi Syariah di Indonesia (Santi 2019), Konsep Koperasi Bung Hatta Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Effendi, Ihsan, and Arrif 2018), Urgensi Ekonomi Syariah Dalam Menghadapi Ekonomi Global (Septiani and Thamrin 2021), Epistemologi Ekonomi Syariah (Erik Rayuanda and Husni Thamrin 2022). Gambaran yang penelitian yang dilakukan oleh Muhammad (2020). bahwa transaksi e-commerce dapat diterima dalam ekonomi syariah jika mengikuti prinsip-prinsip seperti transparansi, kehalalan produk, dan tidak adanya unsur gharar (ketidakpastian) atau riba. dan sama halnya yang dilakukan oleh Santi (2019) menemukan bahwa ekonomi syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat karena dukungan regulasi pemerintah dan minat masyarakat terhadap sistem ekonomi yang lebih sesuai dengan ajaran Islam.

Penelitian yang dilakukan Effendi et al. (2018) menunjukkan bahwa koperasi Bung Hatta mengedepankan nilai-nilai keadilan, gotong royong, dan kesejahteraan bersama, yang sejalan dengan prinsip-prinsip syariah, seperti keadilan, kerja sama (ta'awun), dan larangan eksploitasi. Septiani & Thamrin (2021) meneliti urgensi ekonomi syariah dalam menghadapi ekonomi global. Mereka menemukan bahwa ekonomi syariah dapat menjadi solusi terhadap ketidakstabilan ekonomi global, dengan memberikan sistem keuangan yang lebih stabil, menghindari riba dan spekulasi, serta menawarkan model distribusi yang lebih adil. Erik Rayuanda & Husni Thamrin (2022) mendalami epistemologi ekonomi syariah, mengeksplorasi dasar-dasar filosofis dan metodologis yang mendasari ilmu ekonomi syariah. Mereka menekankan pentingnya nilai-nilai moral Islam dalam membentuk paradigma ekonomi syariah yang unik, berbeda dari sistem kapitalis dan sosialis. Ketiga penelitian ini berfokus pada penerapan prinsip ekonomi syariah dalam konteks sosial, global, dan filosofis. Effendi et al. menyoroti koperasi sebagai model ekonomi yang sejalan dengan syariah, Septiani & Thamrin melihat ekonomi syariah sebagai solusi bagi tantangan ekonomi global, dan Rayuanda & Thamrin mendalami filosofi dan metodologi ekonomi syariah.

c. Platform Tiktok Shop

Affiliate marketing di TikTok Shop bekerja dengan melibatkan tiga aktor utama: *merchant* (penjual), *affiliator* (pemasar afiliasi), dan *consumer* (konsumen). Afiliasi bergabung dalam program afiliasi TikTok Shop dan mendapatkan tautan khusus yang dapat dilacak untuk



mempromosikan produk (Rahman 2022). Afiliasi memanfaatkan fitur-fitur interaktif di TikTok, seperti video pendek dan live streaming, untuk menarik perhatian audiens. Saat konsumen mengklik tautan afiliasi dan melakukan pembelian, afiliator mendapatkan komisi yang sudah ditentukan berdasarkan kesepakatan dengan merchant. Komisi ini bervariasi tergantung pada kebijakan merchant dan produk yang dijual. Selain itu, TikTok Shop memberikan *dashboard* khusus bagi afiliator untuk memantau kinerja mereka, termasuk jumlah klik, konversi penjualan, dan besaran komisi yang diperoleh. Penggunaan algoritma cerdas di TikTok juga membantu dalam mempromosikan produk afiliasi kepada audiens yang relevan, berdasarkan preferensi pengguna (Harahap and Sazali 2024). Keunggulan TikTok Shop dibandingkan dengan platform lain terletak pada kemampuannya menciptakan interaksi yang lebih personal dan emosional melalui konten kreatif yang disesuaikan dengan minat audiens. Ini mendorong konsumen untuk lebih mudah terhubung dengan produk yang ditawarkan oleh afiliator.

Kajian mengenai platform tiktok Shop sudah banyak dilakukan oleh para ahli diantaranya Penjualan Melalui Tiktok Shop dan Shopee, (Supriyanto et al. 2023), Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur Tiktok Shop Pada Aplikasi Tiktok (Sa'adah, Rosma, and Aulia 2022), Analisis Strategi Pemasaran Dan Penjualan E-Commerce Pada Tiktokshop (Alfayed et al. 2023) Jual Beli Online Melalui Market Place Tiktok Shop Dalam Perspektif Qowaid Fiqqiyah (Anti Fitriyatul Lailiyah and Fageh 2023) dan Faktor yang Paling Mempengaruhi Keputusan dalam Menggunakan TikTok Shop (Darullah and Tanamal 2023). Temuan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh (Supriyanto et al., 2023): menyatakan bahwa Penjualan di TikTok Shop lebih interaktif karena menggunakan fitur video pendek dan live streaming yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen secara cepat. Sama halnya dengan penelitian (Sa'adah et al., 2022): mengungkapkan bahwa platform ini memudahkan mereka dalam mencari dan membeli produk dengan cepat. Fitur-fitur tersebut dinilai relevan dengan gaya hidup Generasi Z yang serba cepat dan digital.

Penelitian berikutnya dilakukan oleh (Alfayed et al., 2023): menyatakan bahwa Strategi pemasaran melalui live streaming dan promosi oleh influencer menjadi faktor penting dalam meningkatkan penjualan. Penjual juga memanfaatkan konten yang kreatif dan interaktif untuk menarik perhatian audiens. Penelitian berikutnya (Anti Fitriyatul Lailiyah & Fageh, 2023): menunjukkan bahwa secara umum, transaksi di TikTok Shop dapat dibenarkan dalam Islam asalkan memenuhi prinsip-prinsip transparansi, kejujuran, serta menghindari unsur gharar (ketidakpastian) dan maysir (spekulasi). Namun, ada catatan mengenai pengawasan terhadap konten yang dipromosikan agar tidak melanggar prinsip-prinsip syariah. Dan penelitian (Darullah & Tanamal, 2023): Penelitian ini menemukan bahwa faktor-faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan TikTok Shop adalah kemudahan akses, fitur promosi interaktif, dan rekomendasi dari influencer. Konsumen tertarik karena TikTok Shop menyediakan pengalaman berbelanja yang unik, berbeda dari platform e-commerce lainnya, seperti keterlibatan langsung melalui video promosi dan ulasan pengguna. Secara umum, TikTok Shop dinilai berhasil dalam menggabungkan elemen pemasaran digital dengan prinsip-prinsip transaksi yang transparan dan interaktif. Namun, dari perspektif syariah, perlu adanya kontrol yang ketat terhadap konten dan produk yang dijual.

Untuk mekanisme affiliate, pendapatan afiliator berasal dari jumlah statistik pembelian atau kunjungan konsumen ke produk-produk yang mereka bagikan linknya di platform tiktok itu sendiri maupun media sosial lainnya, siapapun bisa menjadi affiliate bahkan yang memiliki 0 followers akan tetapi terdapat kendala tersendiri seperti pendapatan yang kecil atau bahkan tidak dapat pendapatan sama sekali dan afiliator yang memiliki 0 followers tidak bisa menampilkan produk yang dibagikan melalui showcase. Akan tetapi kegiatan ini akan mudah dilakukan oleh para seleb tiktok, karena sudah mendapatkan kepercayaan dari para followers sehingga lebih mudah untuk mendapatkan

penghasilan dari hasil penjualan dengan membagikan link diberbagai sosial media yang merka miliki. Bahkan untuk menampilkan produk yang dibagikan dibagian showcase tiktok itu sendiri pada saat ini menerapkan kebijakan bagi affiliator untuk memiliki followers minimal 1000. Dalam perspektif syariah, praktik ini bisa dikiasikan dengan akad *jualah*, yaitu pemberian upah atau imbalan atas pekerjaan atau jasa tertentu yang berhasil diselesaikan. Sebagai sebuah transaksi, jualah diperbolehkan selama tidak ada unsur gharar (ketidakpastian), maysir (spekulasi), atau riba. Komisi yang didapatkan oleh afiliator dianggap sah selama barang atau jasa yang dipromosikan adalah halal dan proses jual belinya memenuhi prinsip transparansi (Machfudloh and Nisa 2024). Tantangan dalam perspektif ekonomi syariah terletak pada bagaimana menjaga agar produk yang dipromosikan oleh afiliator benar-benar sesuai dengan prinsip halal, baik dari segi substansi produk maupun cara pemasarannya.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Brilianita dan Sulistyowati menunjukkan bahwa affiliate marketing memberikan pengaruh positif terhadap minat beli mahasiswa pada platform TikTok Shop. Pengaruh affiliate marketing cukup signifikan dimana semakin tinggi affiliate marketing maka semakin tinggi pula minat beli mahasiswa. Hal ini juga berlaku sebaliknya dimana semakin rendah affiliate marketing maka semakin rendah minat beli mahasiswa. Kehadiran affiliate marketing pada platform TikTok menambah kepercayaan dan keyakinan konsumen atas produk yang ditawarkan. Hal ini dikarenakan sang affiliator memberikan informasi yang menarik bagi para konsumen serta relevan dengan kebutuhan, sehingga mampu memberikan pemahaman yang baik para konsumen (Brilianita and Sulistyowati 2023). Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Novita dkk. terkait program affiliate yang ditawarkan oleh platform tiktok menunjukkan bahwa para responden yang memiliki akun tik tok belum mengetahui adanya program tersebut. Hal ini berimbas pada keuntungan yang belum pernah didapatkan oleh para pengguna platform tiktok tersebut karena para responden hanya menggunakan platform tersebut bukan untuk mengikuti program affiliate melainkan untuk keperluan pribadi (Novita et al., 2023, p. 7471).

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Lireeh dan Faizin menunjukkan bahwa tiktok affiliate marketing dan kemudahan akses aplikasi sebagai variable memberikan pengaruh positif dan signifikan di atas 50% berdasarkan hasil koefisien determinasi. Hal ini dikarenakan para affiliator mampu meyakinkan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Dengan keterampilan sang affiliator dalam berinovasi menjual suatu produk dapat menarik perhatian konsumen sehingga menambah kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk yang akan dibelinya. Disamping itu, seorang affiliator juga akan memberikan layanan-layanan seperti tata cara pencarian produk, tata cara pembelian dan pembayaran sehingga memberikan kemudahn bagi konsumen yang akan melakukan pembelian produk tersebut (Fateekha lireeh and Moh. Faizin 2023).

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Windi dan Tampenawas menegaskan bahwa brand awareness skincare hanasui dipengaruhi secara simultan oleh influencer marketing, efektivitas tiktok affiliate dan content marketing. Pengaruh yang dihasilkan oleh ketiga variable tersebut bersifat parsial dan signifikan terhadap brand awareness skincare hanasui (Windi and Tampenawas 2023). Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Shilfiyo dan Romyeni menegaskan bahwa keputusan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk dipengaruhi oleh content marketing Shopee Afiliasi dan akun TikTok Jihan Sahira. Hal ini berdasarkan hasil pengolahan data regresi linier sederhana yang menunjukkan bahwa kedua variable di atas memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 54,6%. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa pengaruh yang diberikan oleh kedua variable tersebut bersifat sedang (Shilfiyo and Romyeni 2022).



METODE

Penelitian ini difokuskan pada mahasiswa di Kabupaten Subang sebagai lokus utama karena kelompok ini menghadapi tantangan unik dalam upaya meningkatkan kesejahteraan mereka. Mahasiswa sering kali memanfaatkan peluang digital seperti affiliate marketing untuk menopang kebutuhan ekonomi sambil tetap menjalani pendidikan. Kabupaten Subang dipilih karena representasinya sebagai wilayah yang sedang berkembang dengan tingkat adaptasi digital yang cukup tinggi, namun dengan infrastruktur teknologi yang beragam. Penelitian ini berfokus pada praktik affiliate marketing, terutama di platform TikTok Shop, yang semakin populer di kalangan mahasiswa. Fokus kajian ini relevan karena belum banyak penelitian yang mengaitkan perspektif hukum Islam dengan dampak langsung pada kesejahteraan pelaku bisnis afiliasi. Dengan memadukan pendekatan hukum Islam dan analisis dampak ekonomi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang relevansi syariah dalam praktik bisnis digital serta manfaat yang dirasakan oleh mahasiswa sebagai salah satu kelompok pelaku.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggambarkan secara mendalam praktik affiliate marketing dari perspektif hukum Islam serta dampaknya terhadap kesejahteraan mahasiswa. Pendekatan ini memungkinkan pengungkapan data yang kompleks, termasuk aspek normatif dan empiris yang memengaruhi pelaksanaan bisnis afiliasi (Rukin 2022). Penelitian deskriptif dipilih karena sifatnya yang fleksibel dalam memahami pengalaman subjektif mahasiswa serta konteks sosial-ekonomi mereka. Kajian hukum Islam digunakan sebagai kerangka analitis untuk mengevaluasi keabsahan akad dan komisi dalam affiliate marketing. Penelitian ini juga bersifat eksploratif, terutama dalam menggali faktor-faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi mahasiswa. Penggabungan pendekatan normatif dan empiris ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian secara menyeluruh, memberikan gambaran utuh tentang validitas hukum sekaligus dampak praktis dari affiliate marketing terhadap kesejahteraan mahasiswa.

Sumber data penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara Online dengan mahasiswa di Kabupaten Subang yang aktif menjalankan bisnis affiliate marketing, terutama di platform TikTok Shop. Informan dipilih secara purposive untuk memastikan keterwakilan mahasiswa dari berbagai latar belakang ekonomi, tingkat pendidikan, dan pengalaman dalam bisnis afiliasi. Selain itu, data primer juga didukung oleh observasi langsung terhadap aktivitas mereka dalam menjalankan bisnis ini. Data sekunder meliputi literatur terkait, seperti kitab fikih, jurnal akademik, dan dokumen regulasi platform digital yang relevan. Kajian terhadap dokumen hukum Islam digunakan untuk mengevaluasi kesesuaian praktik affiliate marketing dengan prinsip syariah. Kombinasi sumber data ini memastikan keakuratan temuan penelitian serta relevansi kesimpulan yang dihasilkan (ASRIN 2022).

Penggalan data dilakukan dengan metode wawancara semi-terstruktur untuk mendapatkan informasi mendalam dari mahasiswa yang menjadi pelaku bisnis affiliate marketing. Wawancara dirancang untuk mengeksplorasi pemahaman mereka tentang hukum Islam dalam bisnis ini, pengalaman dalam menjalankan afiliasi, serta dampak finansial dan sosial yang mereka rasakan. Selain itu, observasi langsung dilakukan untuk memahami secara rinci bagaimana mahasiswa menjalankan strategi affiliate marketing di platform TikTok Shop, termasuk teknik promosi dan interaksi dengan konsumen. Data tambahan diperoleh melalui analisis dokumen, seperti panduan regulasi TikTok Shop, kitab fikih terkait akad, serta jurnal akademik yang membahas konsep syariah dalam

bisnis digital. Kombinasi teknik ini bertujuan untuk mendapatkan data yang valid dan komprehensif, sehingga analisis dapat dilakukan secara akurat.

Data dianalisis menggunakan metode analisis tematik, yang dimulai dengan pengorganisasian data mentah dari wawancara, observasi, dan dokumen ke dalam tema-tema utama yang relevan dengan tujuan penelitian. Pertama, data kualitatif dari wawancara dan observasi dikoding berdasarkan kategori seperti validitas akad, dampak kesejahteraan, dan faktor pendukung atau penghambat. Kedua, data normatif dari dokumen hukum Islam dan regulasi platform dianalisis secara komparatif untuk menilai kesesuaian praktik affiliate marketing dengan prinsip syariah. Triangulasi data dilakukan untuk memastikan konsistensi antara data primer dan sekunder. Proses ini menghasilkan interpretasi yang mendalam tentang bagaimana affiliate marketing dipraktikkan, dampaknya terhadap kesejahteraan mahasiswa, serta validitas hukumnya. Hasil analisis ini kemudian disintesis untuk menjawab rumusan masalah secara komprehensif.

HASIL PENELITIAN

1. Praktik Bisnis Affiliate Marketing pada Platform TikTok Shop

Praktik Bisnis Affiliate Marketing peneliti menganalisa jawaban dari informan membagi menjadi 2 katagori ada pemula dan profesional berikut data informan yang tergolong katagori pemula

"Saya baru saja bergabung sebagai afiliator di TikTok Shop. Dulu, saya ragu untuk memulai karena saya belum punya banyak pengikut di akun TikTok saya. Tapi setelah TikTok menurunkan syarat pengikut dari 1.000 menjadi 600, saya merasa lebih yakin untuk mencoba. Saya pikir ini peluang bagus buat saya karena saya bisa memulai meskipun jumlah pengikut saya belum terlalu banyak."

Penelitian ini menemukan bahwa perubahan aturan yang dilakukan oleh TikTok Shop, yang menurunkan syarat jumlah pengikut untuk menjadi afiliator, memberikan dampak positif bagi mahasiswa pemula yang ingin terlibat dalam bisnis digital ini. Sebelumnya, dengan syarat 1.000 pengikut, banyak mahasiswa merasa kesulitan untuk memenuhi kriteria tersebut. Namun, dengan adanya penurunan batas pengikut menjadi 600, banyak mahasiswa seperti narasumber di atas yang merasa lebih terbuka kesempatan untuk bergabung dan memulai bisnis affiliate marketing. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok Shop berusaha memberikan peluang bagi pemula yang mungkin belum memiliki basis pengikut yang besar untuk tetap berpartisipasi dalam platform ini.

Menurut narasumber, perubahan ini memberikan dorongan yang signifikan bagi mereka yang baru pertama kali mencoba affiliate marketing. Sebelumnya, hambatan jumlah pengikut menjadi alasan utama banyak mahasiswa enggan untuk mencoba. Namun, dengan syarat yang lebih mudah dijangkau, mereka merasa lebih percaya diri. Fleksibilitas yang ditawarkan oleh TikTok ini memberi mahasiswa ruang untuk berkembang tanpa harus terhambat oleh angka pengikut yang tinggi. Hal ini juga menggambarkan bahwa TikTok Shop mendukung perkembangan bisnis affiliate marketing di kalangan pengguna pemula, memungkinkan mereka untuk meraih peluang lebih besar dalam waktu yang lebih cepat.

Selain itu, narasumber juga mengungkapkan bahwa penurunan syarat jumlah pengikut ini menjadi langkah strategis TikTok untuk memperluas jangkauan pasarnya. Sebagai platform yang banyak digunakan oleh berbagai kalangan, memberikan peluang bagi lebih banyak orang untuk bergabung menjadi afiliator akan meningkatkan keberagaman konten dan produk yang dipromosikan. Bagi pemula, ini bukan hanya tentang mendapatkan kesempatan untuk menghasilkan uang, tetapi juga membuka



peluang bagi mereka untuk mengembangkan keterampilan digital, seperti pembuatan konten, strategi pemasaran, dan pengelolaan akun media sosial.

Narasumber 2 (Mahasiswa Profesional):

"Sebagai seseorang yang sudah cukup lama terlibat dalam affiliate marketing di TikTok Shop, saya merasa perubahan aturan ini sangat bermanfaat, terutama bagi para pemula. Ketika saya pertama kali mulai, saya harus berjuang untuk mendapatkan 1.000 pengikut, yang cukup menantang. Tapi sekarang, dengan syarat yang lebih rendah, banyak teman saya yang baru mulai bisa lebih cepat bergabung. Ini memberikan banyak peluang baru bagi mahasiswa untuk menghasilkan uang dari TikTok Shop."

Berdasarkan wawancara dengan narasumber yang lebih berpengalaman, ditemukan bahwa penurunan batas pengikut menjadi 600 merupakan langkah positif yang tidak hanya menguntungkan pemula, tetapi juga memperkuat posisi TikTok Shop sebagai platform yang inklusif. Seorang profesional di bidang ini mengungkapkan bahwa dirinya sendiri harus melewati proses yang lebih panjang dan penuh tantangan pada awalnya untuk memenuhi syarat menjadi afiliator. Namun, dengan adanya penurunan jumlah pengikut, hal ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa yang sebelumnya merasa tidak memiliki cukup pengikut untuk langsung bergabung dan mulai menghasilkan.

Sebagai seseorang yang sudah berpengalaman, narasumber profesional ini melihat bahwa kebijakan tersebut dapat mempercepat proses adaptasi bagi mahasiswa baru. Menurutnya, bagi para pemula yang baru memulai, proses untuk memperoleh pengikut dan membangun audiens menjadi lebih mudah, sehingga mereka bisa fokus pada upaya untuk menghasilkan pendapatan lebih cepat. Selain itu, ia juga menambahkan bahwa dengan lebih banyak mahasiswa yang terlibat dalam affiliate marketing, hal ini turut memperluas dan memperkaya konten yang ada di TikTok Shop. Ini memberikan dampak positif, baik bagi para afiliator itu sendiri maupun bagi pengguna TikTok lainnya yang bisa menikmati beragam pilihan produk.

Penurunan syarat jumlah pengikut ini juga menunjukkan bahwa TikTok Shop ingin memastikan agar semakin banyak mahasiswa yang dapat mengakses peluang bisnis ini. TikTok Shop ingin menjadi platform yang dapat memberi kesempatan kepada siapa saja untuk mencoba affiliate marketing tanpa merasa terbebani dengan angka pengikut yang tinggi. Hal ini jelas membuka pintu bagi lebih banyak mahasiswa untuk mulai belajar dan berkembang dalam dunia pemasaran digital, yang saat ini menjadi salah satu bidang yang paling diminati.

Selain itu, narasumber profesional ini juga menekankan bahwa perubahan aturan ini menciptakan iklim yang lebih kompetitif di platform TikTok Shop. Dengan semakin banyaknya pemula yang bergabung, tentu saja akan ada lebih banyak konten yang bersaing untuk menarik perhatian pengguna. Bagi mereka yang sudah berpengalaman, hal ini memotivasi mereka untuk terus berinovasi dalam membuat konten yang kreatif dan efektif, agar tetap unggul di antara banyaknya pesaing yang semakin banyak. Secara keseluruhan, perubahan ini membawa dampak positif, menciptakan lebih banyak peluang bagi mahasiswa dan meningkatkan kualitas kompetisi dalam platform TikTok Shop.

Dengan demikian, temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa penurunan syarat jumlah pengikut di TikTok Shop membawa keuntungan besar, tidak hanya bagi mahasiswa pemula yang baru bergabung, tetapi juga memperkaya ekosistem affiliate marketing di platform ini secara keseluruhan. TikTok Shop, melalui kebijakan ini, menunjukkan komitmennya untuk mendukung mahasiswa yang ingin terlibat dalam bisnis digital dan memperoleh manfaat dari peluang tersebut.

2. Sejauh mana bisnis affiliate marketing memengaruhi kesejahteraan mahasiswa di Kabupaten Subang, baik dari segi pendapatan ekonomi maupun perubahan kondisi sosial ekonomi mereka

Sama halnya Peneliti menganalisa jawaban dari informan membagi menjadi 2 katagori ada pemula dan profesional berikut data informan yang tergolong katagori pemula

"Awalnya saya bergabung dengan TikTok Shop karena saya melihat teman-teman saya yang sudah memulai bisnis affiliate marketing di platform itu, dan mereka mendapatkan penghasilan tambahan meskipun tidak besar. Saya sendiri belum terlalu memahami bagaimana cara kerjanya, tapi saya coba ikut serta karena merasa tertarik. Pendapatan yang saya dapatkan memang belum besar, baru sekitar seratus ribuan per bulan, tetapi itu sudah cukup membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti makan dan transportasi."

Berdasarkan wawancara dengan narasumber pemula, meskipun mereka merasakan adanya peningkatan penghasilan setelah bergabung dengan TikTok Shop, sebagian besar masih mengalami kesulitan dalam mencapainya secara mandiri. Banyak dari mereka yang sebelumnya menghadapi masalah keuangan, seperti tunggakan yang terus menumpuk, namun setelah terlibat dalam bisnis affiliate marketing, mereka mulai merasakan perubahan. Meskipun pendapatan mereka belum cukup untuk memenuhi seluruh kebutuhan, mereka merasa lebih terbantu secara finansial. Pendapatan yang diperoleh biasanya digunakan untuk keperluan sehari-hari, seperti membeli makan dan transportasi, dan tidak banyak mahasiswa pemula yang bisa memenuhi kebutuhan yang lebih besar atau menabung.

Namun, pendapatan yang relatif kecil ini menunjukkan bahwa meskipun affiliate marketing dapat memberikan penghasilan tambahan, itu tidak cukup untuk mengubah status ekonomi mahasiswa secara signifikan dalam jangka pendek. Beberapa mahasiswa merasa bahwa meskipun mereka mendapatkan uang tambahan, pendapatan tersebut masih jauh dari cukup untuk membiayai kebutuhan hidup secara mandiri. Hal ini menegaskan bahwa meskipun ada potensi untuk menghasilkan uang, banyak yang masih bergantung pada sumber pendapatan lain, seperti uang saku dari orang tua atau pekerjaan paruh waktu lainnya.

Narasumber 2 (Profesional):

"Sejak saya bergabung dengan TikTok Shop, saya sudah cukup berpengalaman dalam bisnis affiliate marketing ini. Dulu, saya punya banyak tunggakan yang cukup mengganggu, namun setelah beberapa bulan jadi affiliator, saya bisa melunasi hampir semua tunggakan tersebut. Pendapatan saya sekarang bisa mencapai dua juta rupiah sebulan, meskipun belum sepenuhnya mencukupi kebutuhan saya, saya merasa lebih lega karena penghasilan tambahan ini sangat membantu."

Dalam wawancara dengan narasumber profesional yang sudah berpengalaman dalam menjalankan bisnis affiliate marketing, mereka melaporkan adanya perubahan signifikan dalam kondisi keuangan mereka. Sebelumnya, mereka menghadapi masalah keuangan yang cukup berat, dengan tunggakan yang mengganggu keuangan pribadi. Namun, setelah menjadi affiliator di TikTok Shop, mereka mulai mendapatkan penghasilan tambahan yang membantu melunasi sebagian besar tunggakan tersebut. Meskipun pendapatan mereka kini lebih besar dibandingkan dengan pemula, mereka juga menyadari bahwa penghasilan yang diterima dari affiliate marketing belum sepenuhnya mencukupi untuk memenuhi seluruh kebutuhan hidup mereka. Bagi narasumber profesional ini, penghasilan yang diperoleh dari affiliate marketing telah memberikan dampak positif dalam meringankan beban keuangan mereka, meskipun mereka masih



belum mencapai kesejahteraan secara penuh. Dengan pendapatan yang cukup stabil dan terus berkembang, mereka dapat merasa lebih tenang secara finansial, namun masih ada tantangan dalam mencapai kemandirian finansial secara sepenuhnya. Pendapatan dari affiliate marketing ini menjadi sumber penghasilan yang cukup signifikan, tetapi mereka masih membutuhkan pendapatan tambahan dari sumber lain untuk memenuhi kebutuhan hidup secara menyeluruh.

Selain itu, meskipun pendapatan mereka sudah meningkat pesat dibandingkan sebelumnya, mereka juga menyadari bahwa untuk mencapai kesejahteraan finansial yang lebih tinggi, mereka harus terus berinovasi dalam konten yang dibuat dan tetap mengikuti tren pasar. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun bisnis affiliate marketing memberikan peluang, tingkat kesuksesan dan kesejahteraan yang dicapai sangat bergantung pada usaha, keterampilan, dan kreativitas yang dimiliki oleh setiap individu. Jadi, meskipun ada potensi untuk perubahan kondisi keuangan yang lebih baik, kesuksesan dalam jangka panjang membutuhkan upaya yang konsisten dan strategi yang tepat. Dari hasil wawancara dengan kedua kategori, baik pemula maupun profesional, terlihat bahwa meskipun ada peningkatan penghasilan bagi sebagian mahasiswa, pendapatan mereka masih relatif kecil dan belum mencukupi untuk mencapai kemandirian finansial. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun affiliate marketing memiliki potensi sebagai sumber penghasilan tambahan, itu tidak cukup untuk sepenuhnya menggantikan pendapatan utama mereka. Beberapa mahasiswa masih mengandalkan bantuan lain, seperti uang saku orang tua atau pekerjaan paruh waktu untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Namun, terdapat sisi positif dari fenomena ini, yakni bagi mahasiswa yang sebelumnya memiliki masalah keuangan, seperti tunggakan, bisnis affiliate marketing pada TikTok Shop memberikan bantuan dalam mengatasi masalah tersebut. Pendapatan tambahan yang mereka peroleh membantu mereka untuk melunasi tunggakan yang menumpuk, meskipun pendapatan tersebut belum sepenuhnya memenuhi semua kebutuhan hidup mereka. Hal ini menunjukkan bahwa, meskipun tidak menjamin kesejahteraan penuh, bisnis affiliate marketing dapat menjadi solusi bagi mahasiswa yang membutuhkan penghasilan tambahan dalam jangka pendek. Ke depan, potensi penghasilan dari affiliate marketing bisa lebih besar jika para mahasiswa terus belajar dan berinovasi dalam strategi pemasaran dan pembuatan konten. Mereka perlu memahami lebih dalam tentang algoritma yang digunakan oleh platform TikTok Shop dan memanfaatkan keahlian dalam digital marketing untuk menarik lebih banyak audiens. Namun, hasil yang dicapai juga tergantung pada seberapa besar upaya yang dikeluarkan dalam menjalankan bisnis ini dan seberapa kreatif mereka dalam membuat konten yang dapat menarik perhatian konsumen.

Penelitian ini membuka peluang untuk menggali lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kesuksesan mahasiswa dalam affiliate marketing, seperti kemampuan mereka dalam beradaptasi dengan perubahan platform, kreativitas dalam pemasaran, dan pemahaman mereka mengenai syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh platform. Meskipun demikian, penghasilan yang diperoleh mahasiswa melalui bisnis affiliate marketing masih terbatas, dan untuk mencapai kemandirian finansial, mereka perlu memperluas jaringan, meningkatkan keterampilan, dan tetap mengikuti perkembangan industri ini.

3. faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi mahasiswa dalam menjalankan bisnis affiliate marketing

Sama halnya Peneliti menganalisa jawaban dari informan membagi menjadi 2 katagori ada pemula dan profesional berikut data informan yang tergolong katagori pemula

"Awalnya, saya mulai bisnis affiliate marketing ini karena melihat teman-teman saya yang sudah berhasil, tapi saya merasa kesulitan dalam membuat konten. Membuat video kreatif itu sulit, apalagi banyak sekali konten serupa di TikTok. Kadang saya merasa ide saya tidak cukup menarik untuk bisa bersaing."

Sebagai seorang pemula, narasumber ini mengungkapkan tantangan pertama yang dihadapinya, yaitu kesulitan dalam membuat konten yang kreatif. Sebagai platform dengan banyak pengguna, TikTok mengharuskan setiap afiliator untuk mampu menonjolkan diri melalui video yang menarik dan berbeda dari konten yang sudah ada. Namun, bagi banyak pemula seperti narasumber ini, pembuatan video yang kreatif tidaklah mudah. Mereka sering kali merasa kesulitan dalam menemukan ide yang segar dan orisinal yang bisa menarik perhatian audiens.

Selain itu, keterbatasan keterampilan dalam membuat video yang profesional menjadi penghalang utama. Sebagai pemula, mereka tidak memiliki pengalaman dalam pembuatan konten visual yang menarik, sehingga mereka lebih banyak mengandalkan kreativitas spontan tanpa memahami teknik pengeditan atau cara menarik perhatian audiens secara efektif. Terbatasnya akses terhadap perangkat atau software pengeditan yang memadai juga menjadi faktor yang menghambat mereka dalam menciptakan video berkualitas tinggi. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya bagi seorang afiliator pemula untuk terus mengasah keterampilan dalam pembuatan konten dan memperkaya ide-ide kreatif agar dapat bersaing di pasar yang sangat kompetitif ini.

"Kadang saya merasa bingung, produk apa yang harus saya promosikan. Saya sering kali tidak tahu apakah produk yang saya pilih itu benar-benar bagus atau sesuai dengan kebutuhan audiens saya, jadi saya sering merasa ragu."

Selain kesulitan dalam membuat konten, keterbatasan bahan untuk konten menjadi masalah lain yang dihadapi oleh pemula. Banyak dari mereka yang tidak tahu produk mana yang sebaiknya dipilih untuk dipromosikan. Beberapa dari mereka merasa khawatir untuk memilih produk yang tidak terlalu populer atau kurang relevan dengan audiens mereka. Hal ini menyebabkan mereka kesulitan dalam membuat konten yang tidak hanya menarik tetapi juga informatif dan sesuai dengan minat audiens yang ingin membeli produk tersebut. Keterbatasan pemahaman tentang produk juga membuat mereka kurang percaya diri dalam melakukan promosi secara efektif.

Narasumber 2 (Profesional):

"Setelah beberapa bulan mencoba, saya mulai memahami cara membuat konten yang lebih menarik. Memang ada banyak pesaing di luar sana, tetapi saya belajar untuk mencari cara agar konten saya tetap menonjol, seperti dengan menggunakan tema yang unik atau melakukan trik pemasaran tertentu."

Bagi narasumber yang sudah berpengalaman atau profesional, mereka mengungkapkan bahwa tantangan dalam hal kreativitas tetap ada, namun mereka telah belajar untuk mengatasi hambatan tersebut dengan lebih mudah. Salah satu cara untuk menonjol adalah dengan memilih tema yang unik atau berbeda dari konten yang telah banyak diproduksi. Mereka juga mulai menggunakan teknik pemasaran tertentu yang telah terbukti efektif, seperti memberikan penawaran menarik atau menggunakan humor untuk menarik perhatian audiens. Narasumber ini menunjukkan bahwa dengan pengalaman dan pengetahuan yang lebih luas, mereka dapat mengelola konten dengan cara yang lebih strategis untuk menarik perhatian lebih banyak orang.

Salah satu aspek yang mereka tekankan adalah pentingnya konsistensi dalam membuat konten. Profesional seperti narasumber ini sudah memahami bahwa kunci



sukses di TikTok adalah frekuensi dan kualitas konten yang diproduksi. Mereka berusaha untuk menghasilkan video secara rutin dengan tema yang bervariasi namun tetap terfokus pada niche mereka. Konsistensi dalam membuat konten yang menarik dan sesuai dengan tren di TikTok adalah salah satu strategi yang mereka andalkan untuk terus berada di atas persaingan.

“Pada awalnya, saya juga merasa kesulitan memilih produk yang tepat. Sekarang, saya lebih selektif dalam memilih produk yang relevan dengan audiens saya, dan saya memanfaatkan data dari platform untuk memilih produk yang memiliki potensi penjualan tinggi.”

Narasi ini menunjukkan bahwa para profesional sudah lebih terbiasa dalam memilih produk yang tepat untuk dipromosikan. Mereka menggunakan data analitik yang tersedia di TikTok Shop untuk menentukan produk mana yang akan dipromosikan. Dengan memahami perilaku konsumen dan tren pasar, mereka dapat memilih produk yang lebih relevan dan memiliki potensi untuk laku di pasaran. Hal ini memudahkan mereka dalam menciptakan konten yang lebih terfokus, menarik, dan efektif dalam meningkatkan penjualan.

Namun, kompetisi yang semakin ketat di TikTok Shop juga menjadi hambatan yang cukup signifikan bagi para profesional. Persaingan yang intens membuat mereka harus terus berinovasi dan mencari cara baru untuk menarik perhatian audiens. Hal ini mendorong mereka untuk selalu berpikir kreatif dan terus mengikuti tren yang sedang berkembang di platform tersebut. Narasumber ini mengakui bahwa meskipun pengalaman mereka lebih banyak, tantangan dalam hal persaingan tetap ada, dan mereka harus bekerja keras agar tetap relevan dan tidak tergerus oleh pesaing baru yang lebih bersemangat.

Dalam hal ini, meskipun para profesional memiliki keuntungan dalam hal pengalaman dan pemahaman platform, tantangan tetap muncul terutama dalam menciptakan konten yang terus menarik perhatian audiens. Untuk itu, mereka juga perlu menjaga kualitas konten dan tetap kreatif dalam setiap video yang mereka buat.

PEMBAHASAN

1. Praktik Bisnis Affiliate Marketing pada Platform TikTok Shop

Penurunan syarat jumlah pengikut untuk menjadi affiliator di TikTok Shop, dari sebelumnya 1.000 pengikut menjadi 600 pengikut, memberikan dampak positif bagi mahasiswa, terutama yang baru memulai. Sebagian besar mahasiswa yang sebelumnya merasa terhambat karena batas pengikut yang tinggi, kini memiliki kesempatan yang lebih besar untuk bergabung dan menghasilkan uang melalui affiliate marketing. Selain itu, meskipun banyak dari mereka yang belum sepenuhnya mencapai kesejahteraan, perubahan ini membantu mereka mengatasi masalah keuangan jangka pendek, seperti melunasi tunggakan. Namun, mereka tetap menghadapi tantangan dalam menciptakan konten yang kreatif dan bersaing dengan banyaknya kompetitor di platform.

perubahan penting dalam cara TikTok Shop memperlakukan pengguna baru dan pemula. Penurunan syarat jumlah pengikut merupakan langkah yang sejalan dengan perkembangan tren bisnis digital yang semakin inklusif dan membuka peluang bagi berbagai kalangan. Seperti yang dijelaskan oleh Sutandi et al. (2024), adanya fleksibilitas dalam persyaratan ini memperbesar peluang bagi pemula untuk terlibat dalam ekosistem affiliate marketing. Hal ini juga mendukung hasil penelitian oleh Rahman (2022) yang menunjukkan bahwa platform digital kini semakin mengakomodasi pengguna dengan berbagai tingkat kemampuan dan pengikut, memungkinkan mereka untuk meraih potensi pendapatan lebih cepat. Oleh karena itu, perubahan ini adalah respons terhadap kebutuhan pasar yang lebih terbuka dan dapat diakses lebih luas oleh mahasiswa.

penurunan syarat pengikut tidak hanya memberikan kemudahan akses, tetapi juga memperkenalkan lebih banyak persaingan di platform TikTok Shop. Meskipun banyak mahasiswa yang baru bergabung, mereka menghadapi tantangan untuk tetap eksis dengan membuat konten yang lebih kreatif agar bisa bersaing dengan afiliator yang sudah lebih berpengalaman. Hal ini menciptakan dinamika yang menarik di dalam ekosistem TikTok Shop, di mana mahasiswa pemula harus segera belajar dan mengembangkan keterampilan pemasaran dan pembuatan konten mereka agar dapat memperoleh komisi yang lebih tinggi. Selain itu, meskipun beberapa mahasiswa melunasi tunggakan mereka, masih banyak yang perlu melakukan upaya ekstra agar penghasilan mereka dapat mencapai tingkat yang lebih signifikan, mencerminkan bahwa affiliate marketing bukan solusi instan untuk kesejahteraan jangka panjang.

2. Sejauh mana bisnis affiliate marketing memengaruhi kesejahteraan mahasiswa di Kabupaten Subang, baik dari segi pendapatan ekonomi maupun perubahan kondisi sosial ekonomi mereka

Penelitian ini menguatkan temuan yang ada dalam studi sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Sulthonuddin (2024), yang menyoroti validitas praktik affiliate marketing dari sudut pandang ekonomi syariah. Temuan ini juga menunjukkan kesamaan dengan hasil penelitian Rahman (2022), yang menilai pentingnya regulasi dalam memastikan keabsahan sistem komisi dalam platform digital. Namun, penelitian ini berbeda karena fokus utamanya adalah pada pengalaman mahasiswa dalam menjalankan affiliate marketing di TikTok Shop, baik yang pemula maupun yang lebih berpengalaman. Hal ini membuka ruang untuk penelitian lebih lanjut yang lebih fokus pada dampak jangka panjang terhadap kesejahteraan sosial-ekonomi mahasiswa, yang masih menjadi area yang relatif belum banyak dibahas.

Dampak dari temuan ini cukup signifikan, baik untuk TikTok Shop maupun untuk mahasiswa yang terlibat dalam bisnis affiliate marketing. Bagi TikTok Shop, kebijakan ini dapat memperluas basis penggunaanya, memperkaya konten yang ada, serta meningkatkan transaksi yang terjadi di platform. Sebagai platform yang semakin mendominasi pasar digital, TikTok Shop dapat memperoleh lebih banyak afiliator yang berasal dari kalangan mahasiswa, yang diharapkan dapat meningkatkan visibilitas produk di kalangan audiens yang lebih luas. Bagi mahasiswa, temuan ini memberikan wawasan bahwa affiliate marketing dapat menjadi peluang penghasilan tambahan yang membantu mereka mengatasi masalah finansial, meskipun mereka masih menghadapi tantangan dalam menciptakan konten yang menarik dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Ke depan, temuan ini dapat dijadikan dasar untuk pengembangan strategi yang lebih efektif dalam mendukung kesejahteraan mahasiswa melalui platform digital.

praktik affiliate marketing pada platform TikTok Shop memberikan dampak yang bervariasi bagi mahasiswa, tergantung pada tingkat pengalaman mereka sebagai afiliator. Bagi pemula, meskipun mereka mengalami peningkatan penghasilan, jumlah pengikut yang masih sedikit dan keterbatasan dalam pembuatan konten membuat pendapatan mereka relatif kecil dan tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup secara mandiri. Namun, bagi mahasiswa yang sudah berpengalaman (profesional), pendapatan mereka lebih stabil dan lebih besar, meskipun tetap belum cukup untuk mencapai kesejahteraan penuh. Namun, kedua kategori ini sepakat bahwa bisnis affiliate marketing membantu mengatasi masalah keuangan, seperti tunggakan yang mereka miliki sebelumnya.

affiliate marketing pada TikTok Shop memiliki potensi untuk memberikan penghasilan tambahan bagi mahasiswa, dampaknya terhadap kesejahteraan finansial masih terbatas. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahman (2022), yang menekankan bahwa penghasilan dari affiliate marketing tidak selalu dapat menciptakan



kesejahteraan secara langsung, tetapi bisa memberikan bantuan keuangan dalam jangka pendek. Meskipun ada peningkatan penghasilan, mayoritas mahasiswa yang menjadi affiliator masih memerlukan sumber pendapatan lain, seperti pekerjaan paruh waktu atau bantuan orang tua. Oleh karena itu, meskipun TikTok Shop memberikan peluang, tantangan dalam mencapai kemandirian finansial tetap ada.

affiliate marketing membuka jalan bagi mahasiswa untuk mendapatkan penghasilan tambahan, dampaknya pada kesejahteraan tidak signifikan dalam jangka pendek. Hal ini dapat dipahami karena meskipun ada peluang untuk mendapatkan komisi yang lebih besar, mahasiswa pemula masih harus belajar dan beradaptasi dengan cara kerja platform, serta menghasilkan konten yang menarik agar dapat bersaing di antara ribuan konten lainnya. Penurunan persyaratan pengikut dan komisi yang lebih tinggi memang memberi keuntungan lebih, namun tetap saja tantangan dalam menciptakan konten yang kreatif dan menarik tetap menjadi hambatan utama, terutama bagi mereka yang baru mulai. Oleh karena itu, pendapatan yang didapatkan lebih bersifat sebagai pendapatan tambahan dan bukan sebagai sumber utama yang dapat mencukupi seluruh kebutuhan hidup mereka.

Posisi kajian ini berada di antara kajian-kajian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Sulthonuddin (2024) dan Rahman (2022). Kajian ini memperkuat temuan bahwa praktik affiliate marketing, khususnya pada TikTok Shop, berpotensi memberikan penghasilan tambahan tetapi masih memiliki keterbatasan dalam menciptakan kesejahteraan finansial yang lebih luas. Temuan ini sejalan dengan kajian Rahman yang menyatakan bahwa meskipun ada potensi penghasilan melalui komisi, itu tidak cukup untuk menggantikan pendapatan utama. Sebaliknya, kajian ini sedikit berbeda dengan kajian Sulthonuddin, yang lebih fokus pada kesesuaian akad jualah dalam hukum ekonomi syariah pada affiliate marketing. Penelitian ini menyoroti lebih banyak pada aspek praktis yang dihadapi oleh mahasiswa, baik pemula maupun profesional, dalam menjalankan bisnis affiliate marketing di platform digital.

Dampak dari temuan ini cukup signifikan baik untuk para mahasiswa sebagai pengguna TikTok Shop maupun untuk platform itu sendiri. Bagi mahasiswa, meskipun penghasilan dari affiliate marketing dapat membantu mengatasi masalah keuangan jangka pendek, mereka tetap perlu mempertimbangkan bahwa kesuksesan finansial dalam bisnis ini memerlukan waktu dan usaha yang konsisten. Oleh karena itu, mahasiswa harus siap menghadapi tantangan dalam menciptakan konten kreatif dan bersaing dengan banyak affiliator lainnya. Dari perspektif TikTok Shop, temuan ini memberikan masukan untuk meningkatkan dukungan dan pelatihan bagi affiliator baru, agar mereka bisa lebih siap dan lebih kreatif dalam menghasilkan konten. Selain itu, penurunan persyaratan pengikut yang diterapkan TikTok Shop memberikan kesempatan yang lebih besar bagi mahasiswa untuk bergabung, yang dapat membantu mereka memperoleh penghasilan tambahan, meskipun masih terbatas. Temuan ini memberikan kontribusi bagi para pembuat kebijakan dan praktisi di bidang pemasaran digital untuk lebih memahami dinamika yang dihadapi oleh affiliator, terutama mahasiswa, dalam memanfaatkan platform seperti TikTok Shop.

3. faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi mahasiswa dalam menjalankan bisnis affiliate marketing

Penelitian ini mengungkapkan dua kategori pengalaman yang berbeda antara mahasiswa pemula dan profesional dalam praktik affiliate marketing di TikTok Shop. Bagi pemula, tantangan terbesar terletak pada pembuatan konten yang kreatif dan menarik, di mana keterbatasan keterampilan serta ide kreatif yang segar menjadi hambatan utama. Selain itu, pemula sering kali kesulitan dalam memilih produk yang tepat untuk dipromosikan, yang mengarah pada kebingungan dalam menciptakan konten

yang relevan dengan audiens. Sebaliknya, para profesional yang lebih berpengalaman telah mengatasi masalah ini dengan lebih baik. Mereka memanfaatkan data analitik untuk memilih produk yang tepat dan telah mengembangkan keterampilan dalam pembuatan konten yang menonjol. Meskipun mereka lebih berpengalaman, kompetisi yang ketat tetap menjadi tantangan besar bagi mereka.

Penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya kreativitas dalam pembuatan konten untuk keberhasilan dalam affiliate marketing, terutama di platform seperti TikTok. Menurut penelitian oleh Lestari (2022), kreativitas dalam menghasilkan konten yang menonjol sangat penting untuk menarik perhatian audiens dan meningkatkan konversi penjualan. Dalam hal ini, hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa pemula, yang cenderung kurang berpengalaman dalam membuat konten, membutuhkan keterampilan khusus agar bisa bersaing dengan lebih baik. Selain itu, hal ini juga menunjukkan bahwa data analitik dan pemilihan produk yang tepat menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja para afiliasi, sejalan dengan temuan oleh Andrianto (2021) yang menyoroti pentingnya pemahaman pasar dan produk dalam affiliate marketing.

TikTok Shop memberikan banyak peluang bagi mahasiswa untuk menghasilkan pendapatan melalui affiliate marketing, hambatan yang dihadapi pemula sangat signifikan. Dalam konteks ini, keterampilan dalam pembuatan konten menjadi faktor utama yang menentukan apakah seorang afiliasi dapat bertahan di pasar yang kompetitif ini. Oleh karena itu, bagi pemula, dibutuhkan program pelatihan yang mendalam untuk mengembangkan keterampilan kreatif, baik dalam hal ide konten maupun teknik pengeditan. Profesional yang sudah berpengalaman tampaknya lebih mampu mengatasi tantangan ini, namun mereka tetap harus berinovasi untuk mengatasi persaingan yang semakin ketat. Secara keseluruhan, penelitian ini menggarisbawahi pentingnya peningkatan keterampilan dan strategi yang efektif dalam memilih produk serta memahami audiens untuk kesuksesan affiliate marketing.

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dengan menyoroti perbedaan pengalaman antara pemula dan profesional dalam praktik affiliate marketing di TikTok Shop, yang jarang dibahas dalam kajian serupa sebelumnya. Sebagian besar penelitian yang ada, seperti yang dilakukan oleh Mulyana dan Lestari (2023), lebih berfokus pada aspek teori dan praktik dasar dalam affiliate marketing tanpa memperhatikan perbedaan pengalaman dan tantangan yang dihadapi oleh afiliasi pemula dibandingkan dengan yang berpengalaman. Penelitian ini memperkuat temuan tersebut, tetapi dengan fokus lebih dalam pada hambatan spesifik yang dihadapi oleh mahasiswa pemula, seperti keterbatasan ide kreatif dan pengetahuan produk. Sementara itu, kajian sebelumnya lebih menekankan pada aspek hukum dan strategi pemasaran, yang menjadikan penelitian ini berbeda dengan kajian-kajian yang telah ada.

Temuan ini cukup signifikan dalam konteks pengembangan bisnis affiliate marketing di platform seperti TikTok Shop, khususnya bagi mahasiswa yang tertarik untuk memulai usaha ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk meningkatkan partisipasi dan keberhasilan mahasiswa dalam affiliate marketing, diperlukan upaya peningkatan keterampilan kreatif, baik melalui pelatihan atau sumber daya lainnya. Program pelatihan yang berfokus pada pengembangan konten kreatif dan pemilihan produk yang tepat dapat sangat membantu pemula untuk mengatasi hambatan yang mereka hadapi. Bagi profesional, temuan ini mengingatkan pentingnya berinovasi secara terus-menerus untuk tetap bersaing di pasar yang sangat kompetitif. Selain itu, temuan ini dapat menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut, yang dapat melibatkan analisis mendalam tentang minat konsumen terhadap produk yang dipromosikan oleh afiliasi dan dampak dari pengalaman konsumen terhadap keputusan pembelian mereka.



KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan beberapa temuan penting terkait praktik affiliate marketing pada TikTok Shop di kalangan mahasiswa, khususnya mengenai perubahan aturan yang menguntungkan pengguna. Salah satunya adalah perubahan syarat jumlah pengikut, di mana pengguna kini hanya membutuhkan 600 pengikut untuk memenuhi syarat menjadi afiliator, yang sebelumnya 1.000 pengikut. Ini membuka peluang lebih besar bagi mahasiswa yang ingin memulai bisnis affiliate marketing meskipun mereka belum memiliki banyak pengikut. Perubahan ini menunjukkan fleksibilitas dari platform TikTok yang mendukung pemula agar dapat berkembang dalam dunia bisnis digital.

Walaupun demikian, meskipun perubahan aturan tersebut memberikan peluang, banyak mahasiswa yang masih belum dapat dikategorikan sebagai kelompok yang sejahtera. Meskipun ada peningkatan penghasilan bagi sebagian mahasiswa, pendapatan mereka masih relatif kecil dan belum mencukupi untuk memenuhi semua kebutuhan mereka secara mandiri. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun affiliate marketing memiliki potensi untuk memberikan penghasilan tambahan, itu belum cukup untuk mengubah status ekonomi mereka secara signifikan dalam jangka pendek. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa banyak mahasiswa yang mengalami perubahan signifikan dalam kondisi keuangan mereka setelah menjadi afiliator. Sebelumnya, mereka sering mengalami masalah keuangan seperti tunggakan yang terus menumpuk. Setelah bergabung dengan TikTok Shop sebagai afiliator, mereka mulai mendapatkan pendapatan tambahan yang membantu mereka melunasi tunggakan tersebut. Dengan kata lain, meskipun mereka belum sepenuhnya mencapai kesejahteraan, bisnis affiliate marketing memberikan dampak positif dalam mengatasi masalah keuangan yang dihadapi oleh banyak mahasiswa.

Dukungan yang diberikan oleh regulasi TikTok Shop juga sangat dirasakan oleh para pengguna pemula. Salah satu dukungan utama adalah penurunan syarat pengikut yang memudahkan mereka untuk mulai bergabung sebagai afiliator. Selain itu, persentase komisi yang diterima dari platform TikTok juga lebih tinggi dibandingkan dengan platform affiliate marketing lainnya. Ini menjadi faktor utama yang membuat TikTok Shop semakin menarik bagi mahasiswa yang baru memulai, karena mereka bisa mendapatkan lebih banyak keuntungan dengan komisi yang lebih besar meskipun jumlah pengikut mereka terbatas. Selain itu, TikTok Shop juga merupakan platform yang tergolong memiliki banyak pengguna, yang berarti ada potensi pasar yang sangat besar bagi afiliator. Hal ini memberikan peluang yang lebih besar bagi mahasiswa untuk menarik lebih banyak pembeli dan meningkatkan penjualan produk yang mereka promosikan. Banyaknya pengguna juga menciptakan pasar yang dinamis, di mana semakin banyak orang yang terlibat dalam transaksi, meningkatkan kemungkinan terjadinya pembelian dari audiens yang lebih luas.

Namun, meskipun terdapat banyak peluang, ada hambatan yang cukup signifikan yang dirasakan oleh mahasiswa, khususnya dalam pembuatan konten. Untuk menarik perhatian pengguna TikTok, mereka harus membuat konten yang kreatif dan menarik. Hal ini memerlukan keterampilan khusus dan ide-ide segar agar bisa bersaing dengan banyaknya konten yang ada di platform tersebut. Bagi mahasiswa pemula, membuat video konten yang kreatif seringkali menjadi tantangan besar karena terbatasnya pengalaman dan keterampilan dalam pembuatan konten.

Kompetisi yang ketat juga menjadi kendala utama bagi para afiliator, di mana semakin banyak orang yang bergabung dan mempromosikan produk yang sama. Persaingan yang tinggi ini membuat ide kreatifitas sangat dibutuhkan agar konten yang dihasilkan bisa menonjol dan menarik perhatian audiens. Bagi mahasiswa, ini bisa

menjadi beban tambahan karena mereka harus terus berinovasi untuk mempertahankan perhatian audiens dan bersaing dengan affiliator lain yang mungkin lebih berpengalaman. Selain itu, bagi pemula, terbatasnya bahan untuk membuat konten juga menjadi tantangan. Banyak mahasiswa yang tidak tahu produk mana yang akan dipromosikan atau tidak memiliki bahan yang cukup untuk membuat video yang menarik. Hal ini seringkali menjadi hambatan bagi mereka untuk mengembangkan bisnis affiliate marketing mereka lebih lanjut. Mereka harus belajar dengan cepat bagaimana cara membuat konten yang tidak hanya menarik tetapi juga informatif dan dapat mendorong audiens untuk melakukan pembelian.

Temuan penelitian ini memberikan wawasan yang berharga tentang pengalaman para affiliator mahasiswa, terutama dalam hal kemudahan akses, keuntungan, dan tantangan yang mereka hadapi. Namun, perlu dicatat bahwa penelitian ini hanya berfokus pada pengalaman affiliator tanpa mengkaji aspek lain seperti pengaruh pengalaman konsumen terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, penelitian ini membuka peluang bagi peneliti lain untuk memperluas kajian ini, terutama dalam memahami bagaimana pengalaman konsumen mempengaruhi minat mereka untuk membeli produk yang dipromosikan oleh affiliator. Ke depan, penelitian ini dapat diperluas untuk mencakup faktor-faktor lain yang mempengaruhi kesuksesan bisnis affiliate marketing, seperti persepsi konsumen terhadap keaslian dan kualitas produk yang dipromosikan. Selain itu, penting untuk menggali lebih dalam mengenai pengalaman sektor lainnya, seperti dampak sosial dan psikologis yang dialami oleh mahasiswa yang terlibat dalam bisnis digital ini. Penelitian selanjutnya juga dapat mengeksplorasi perbedaan dampak antara platform affiliate marketing yang berbeda serta pengaruhnya terhadap kesejahteraan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfayed, Erico, Lista Ramadeli, Rakel Agnestasia, Viona Amalina, Zhatil Hanani Octavia Swid, and Hednra Riofita. 2023. "Analisis Strategi Pemasaeen Dan Penjualan E-Commerce Pada Tiktokshop." *Jurna; Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 1(2):195–2021.
- Anti Fitriyatul Lailiyah, Iffah Febri, and Achmad Fageh. 2023. "Jual Beli Online Melalui Market Place Tiktok Shop Dalam Perspektif Qowaid Fiqqiyah." *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management* 3(2):658–76.
- ASRIN, ASRIN. 2022. "METODE PENELITIAN EKSPERIMEN." *Maqasiduna: Journal of Education, Humanities, and Social Sciences* 2(01):21–29. doi: 10.59174/mqs.v2i01.24.
- Brilianita, Setia, and Raya Sulistyowati. 2023. "Affiliate Marketing Terhadap Minat Beli Mahasiswa Di TikTok Shop." *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan* 7(2):157–67. doi: 10.26740/jpeka.v7n2.p157-167.
- Darullah, Muhammad Daral, and Rinabi Tanamal. 2023. "Faktor Yang Paling Mempengaruhi Keputusan Dalam Menggunakan TikTok Shop." *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*. doi: 10.32500/jematech.v6i2.2846.
- Effendi, Rustam, Z. U. L. Ihsan, and M. U. Arrif. 2018. "Konsep Koperasi Bung Hatta Dalam Perspektif Ekonomi Syariah Rustam Effendi." 15(1).
- Erik Rayuanda, and Husni Thamrin. 2022. "Epistemologi Ekonomi Syariah." *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*. doi: 10.25299/syarikat.2022.vol5(2).9627.
- Erislan, Erislan. 2024. "Affiliate Marketing Strategy to Increase Online Sales." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 12(2):321–28. doi: 10.37641/jimkes.v12i2.2460.
- Fateekha lireeh, Dian, and Moh. Faizin. 2023. "Pengaruh Tiktok Affiliate Marketing Dan



- Kemudahan Akses Aplikasi Terhadap Impulse Buying Konsumen (Study Kasus Pada Anak Muda Di Kabupaten Ponorogo)." *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* 3(2):394–402. doi: 10.21154/niqosiya.v3i2.2543.
- Harahap, Yuli Awanda, and Hasan Sazali. 2024. "Digital Marketing Tiktok Affiliate Pada Pemasaran Produk Fashion." 6(5):1733–43.
- Kholifatul Maulida, Mochamad Edris, and Joko Utomo. 2023. "The Influence of Product Reviews and Content Creators on Purchase Interest through Affiliate Marketing of Shopee E-Commerce Users in Kudus Regency." *Journal of Finance and Business Digital* 2(3):365–74. doi: 10.55927/jfbd.v2i3.6016.
- Machfudloh, Nur Anis, and Fauzatul Laily Nisa. 2024. "Analisis Affiliate Marketing Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah." *Journal of Development Economics and Digitalization, Tourism Economics* 1(2):79–85. doi: 10.59407/jdedte.v1i2.666.
- Muhammad, Mahmudah Mulia. 2020. "TRANSAKSI E-COMMERSE DALAM EKONOMI SYARIAH." 2:76–86.
- Pugu, M. R., Riyanto, S., & Haryadi, R. N. (2024). *Metodologi Penelitian; Konsep, Strategi, dan Aplikasi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rahman, Fathur. 2022. "Praktik Affiliate Marketing Pada Platform E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah." *Istidlal: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam* 6(1):24–37. doi: 10.35316/istidlal.v6i1.407.
- Rukin. 2022. *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Sa'adah, Ai Nur, Ayu Rosma, and Dea Aulia. 2022. "PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP FITUR TIKTOK SHOP PADA APLIKASI TIKTOK." *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan* 2(5):131–40. doi: 10.55047/transekonomika.v2i5.176.
- Santi, Mei. 2019. "Perkembangan Ekonomi Syariah Di Indonesia." *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)* 07(01):47–56.
- Septiani, Oleh Anggela, and Husni Thamrin. 2021. "URGensi EKONOMI SYARIAH DALAM MENGHADAPI EKONOMI GLOBAL." *Jurnal Inovasi Penelitian*.
- Shilfiyo, and Romyeni. 2022. "Pengaruh Content Marketing Shopee Afiliasi Melalui Media Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." *Jurnal Aplikasi Bisnis*.
- Sugiyanto, Eko, Lisa Yunita, and Mutiara Adelia. 2024. "Pengaruh Variasi Produk Dan Insentif Penjualan Terhadap Peningkatan Affiliate Marketing Tiktok Shop (Studi Pada Generasi z Pengguna Tiktok Di Kab. Tangerang)." 4(1):13–21.
- Sukma, Enjel Halia, Fika Amalia, Haykal Ikram, Arya Ranggana, and Putri Pania Septiani. 2024. "PRAKTIK AFFILIATE MARKETING PADA PLATFORM E-COMMERCE DALAM TINJAUAN HUKUM EKONOMI INDONESIA." 2(2).
- Sulthonuddin, Bung Hijaj. 2024. "Prespektif Hukum Ekonomi Islam Tentang Sistem Afiliasi Pada Marketplace Shopee."
- Supriyanto, Agus, Isnani Farichatul Chikmah, Khananus Salma, and Alya Wahyu Tamara. 2023. "Penjualan Melalui Tiktok Shop Dan Shopee: Menguntungkan Yang Mana?" *BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship* 1:1–16.
- Sutandi, Michelle, Achmad Fauzi, Leo Caesar, Nabella Natasya Putri, Devina Shava Viola, Ocktaviany Rhamadina, Isma Putri, and Zahran Abrar. 2024. "Analisis Peran Affiliate Marketing Dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan (Literatur Review Jurnal)." *Dinasti Review* 5(3):197–207.
- Windi, and Tampenawas. 2023. "Tiktok Affiliates on Hanasui Brand Awareness Skincare (Case Study of Management Department Students At Sam Ratulangi University)." *EMBA*.