

**PERLINDUNGAN HUKUM AFFILIATOR
DALAM TRANSAKSI JASA PEMASARAN PRODUK
DI TIKTOK**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Hukum (S.H.)



Oleh:

ALDI PRIANSYAH
NIM. 1221068

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2025

**PERLINDUNGAN HUKUM AFFILIATOR
DALAM TRANSAKSI JASA PEMASARAN PRODUK
DI TIKTOK**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Hukum (S.H.)



Oleh:

ALDI PRIANSYAH
NIM. 1221068

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aldi Priansyah

NIM : 1221068

Judul Skripsi : Perlindungan Hukum Affiliator Dalam Transaksi Jasa Pemasaran Produk Di Tiktok

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan. Apabila skripsi ini terbukti hasil plagiasi atau duplikat, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 26 Juni 2025

Yang menyatakan



Aldi Priansyah

NIM. 1221068

M. Zulvi Romzul Huda F, M.H

Perumahan Joyo Tentram Asti Gang Ponpes Al-Utsmani Blok
C2. RT 14 RW 7. Gejlig Kajen Kab. Pekalongan

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) ekslembar

Hal : Naskah Skripsi a.n Aldi Priansyah

Yth. Dekan Fakultas Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
c.q Ketua Progam Studi Hukum Ekonomi Syariah
di –

Pekalongan

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara :

Nama : Aldi Priansyah

NIM : 1221068

Judul Skripsi : Perlindungan Hukum Affiliator Dalam Transaksi Jasa
Pemasaran Produk Di Tiktok

Dengan permohonan agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Warohmatullahi Wabarakatuh.

Pekalongan, 26 Juni 2025

Pembimbing,



M. Zulvi Romzul Huda F, M.H

NIP. 199306292020121013



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS SYARIAH**

Alamat Kampus 2 : Jl. Pahlawan Km 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Telp. 082329346517
Website : fasya.uingusdur.ac.id | Email : fasya@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan,
mengesahkan Skripsi atas nama :

Nama : Aldi Priansyah
NIM : 1221068
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Perlindungan Hukum Affiliator Dalam Transaksi Jasa Pemasaran Produk Di
Tiktok

Telah diujikan pada hari Selasa 08 Juli 2025 dan dinyatakan **LULUS**, serta telah disesuaikan dengan
masukan dan saran dari penguji.

Pengesahan ini digunakan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H).

Pembimbing

M. Zulvi Romzul Huda F. M.H
NIP. 199306292020121013

Dewan penguji

Penguji I

Ahmad Fauzan, M.S.I.
NIP. 198609162019031014

Penguji II

Achmad Umardani, M.Sy.
NIP. 198403282019031002

Pekalongan, Jumat 11 Juli 2025



PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penelitian ini Sesuai dengan Surat Keputusan Bersama (SKB) dua menteri, yaitu Menteri Agama Republik Indonsia No. 158/1997 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan dan No.0543 b/U/1987 Tertanggal 12 Januari 1988. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Katakata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

a. Konsona n

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang didalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa'	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
د	Dal	D	De

ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	Ge
ف	Fa	f	Ef
ق	Qaf	q	Qi
ك	Kaf	k	Ka
ل	Lam	l	El
م	Mim	m	Em
ن	Nun	n	En
	Wau	w	We

و			
Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ه	Ha	h	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	y	Ye

b. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = A		آ = ā
إ = I	إي = Ai	إِي = ī
أ = U	أو = Au	أُو = ū

c. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة

Ditulis

mar'atun jamīlah

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة

Ditulis

fāṭimah

d. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

رائب

Ditulis

rabbānā

البر Ditulis *al-birr*

e. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh huruf “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	Ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	Ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	Ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	Ditulis	<i>al-qamar</i>
البديع	Ditulis	<i>al-badi'</i>
الجلال	Ditulis	<i>al-jalāl</i>

f. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apotrof /'/.

Contoh:

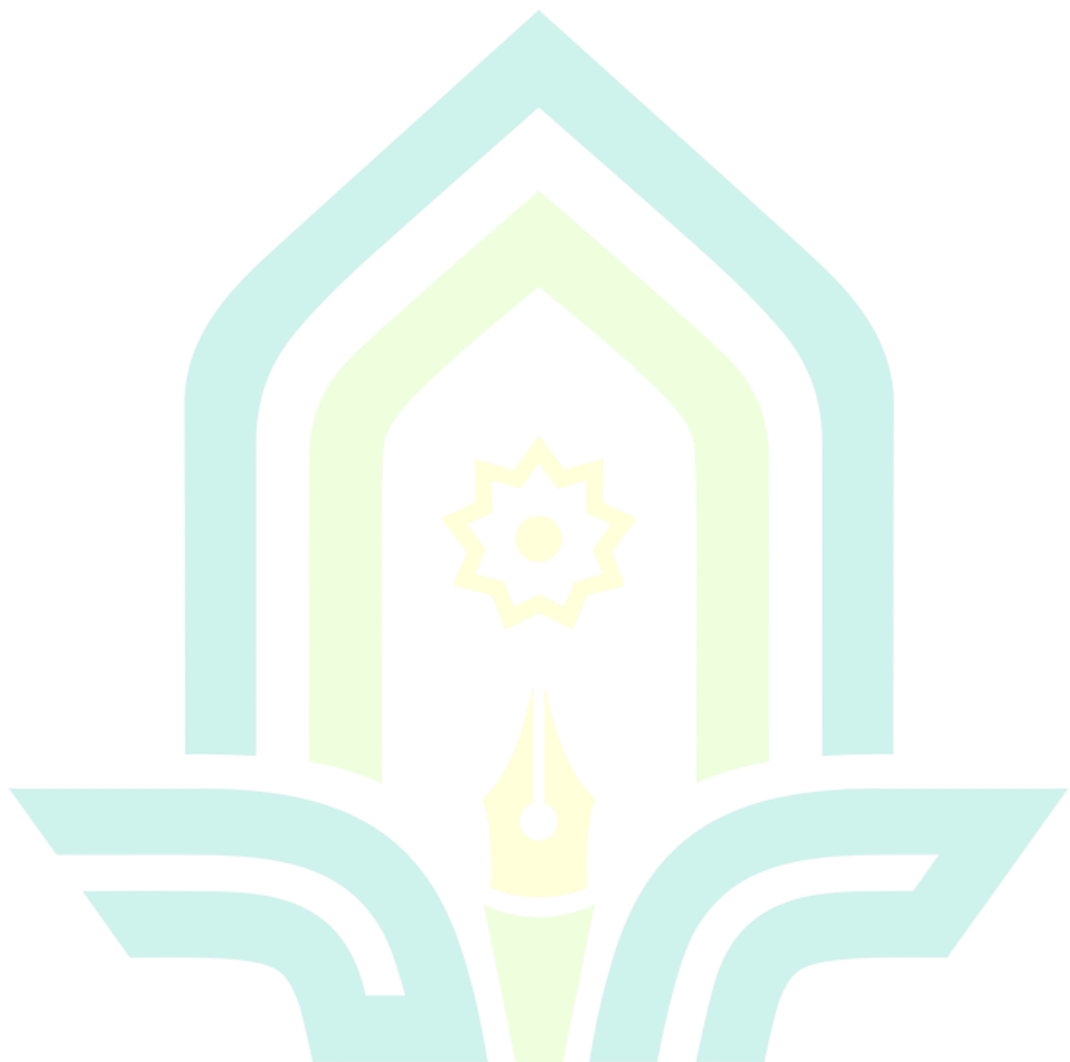
أمرت	Ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	Ditulis	<i>syai'un</i>

PERSEMBAHAN

Puji syukur dihaturkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan karunia-Nya, sehingga penulisan ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan dan tersampaikan kepada baginda Nabi Muhammad Rasulullah SAW. Dengan rasa bangga penulis ucapkan terima kasih dan saya persembahkan kepada:

1. Karya ilmiah ini dipersembahkan kepada UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, sebagai institusi pendidikan tinggi yang telah memberikan ruang, fasilitas, dan bimbingan akademik dalam proses pengembangan ilmu pengetahuan dan persetujuan intelektual. Semoga karya ini dapat menjadi kontribusi positif bagi pengembangan keilmuan di lingkungan universitas dan masyarakat luas.
2. Ayahanda penulis, Bapak Rasiyan sosok teladan dalam hidup saya, segala kerja keras, keteguhan dan do'a yang tak pernah henti menjadi cahaya dalam setiap langkah saya selama ini. Penulis ucapkan banyak terima kasih karena telah mendukung secara materil dan segala pengorbanan yang tak ternilai.
3. Ibunda Penulis, Ibu Supriyati sumber kekuatan dan cinta tanpa batas, do'a dan ketulusanmu yang menjadikan semangat dalam menyelesaikan pendidikan sampai meraih gelar strata satu saat ini. Setiap pencapaian dalam hidup ini tidak akan pernah ada tanpa restu dan ridha darimu.
4. Keluarga besar penulis dengan segala dukungan dan semangat yang kalian berikan. Terima kasih karena telah menjadi tempat saya pulang, belajar tentang makna perjuangan dan tempat saya tumbuh sebagai pribadi yang terus belajar.
5. Bapak Zulvi Romzul Huda F, S.H, M.H. selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terimakasih telah memberi bimbingan, nasihat, dan dukungan hingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan tepat.
6. Sahabat-sahabat penulis yang telah kebersamai dalam suka dan duka selama masa perkuliahan. Terima kasih atas tawa, diskusi, keluh kesah dan semangat yang kalian bagi. Semoga kalian selalu dalam kebahagiaan dimanapun kalian berada dan persahabatan ini akan selalu saya kenang.

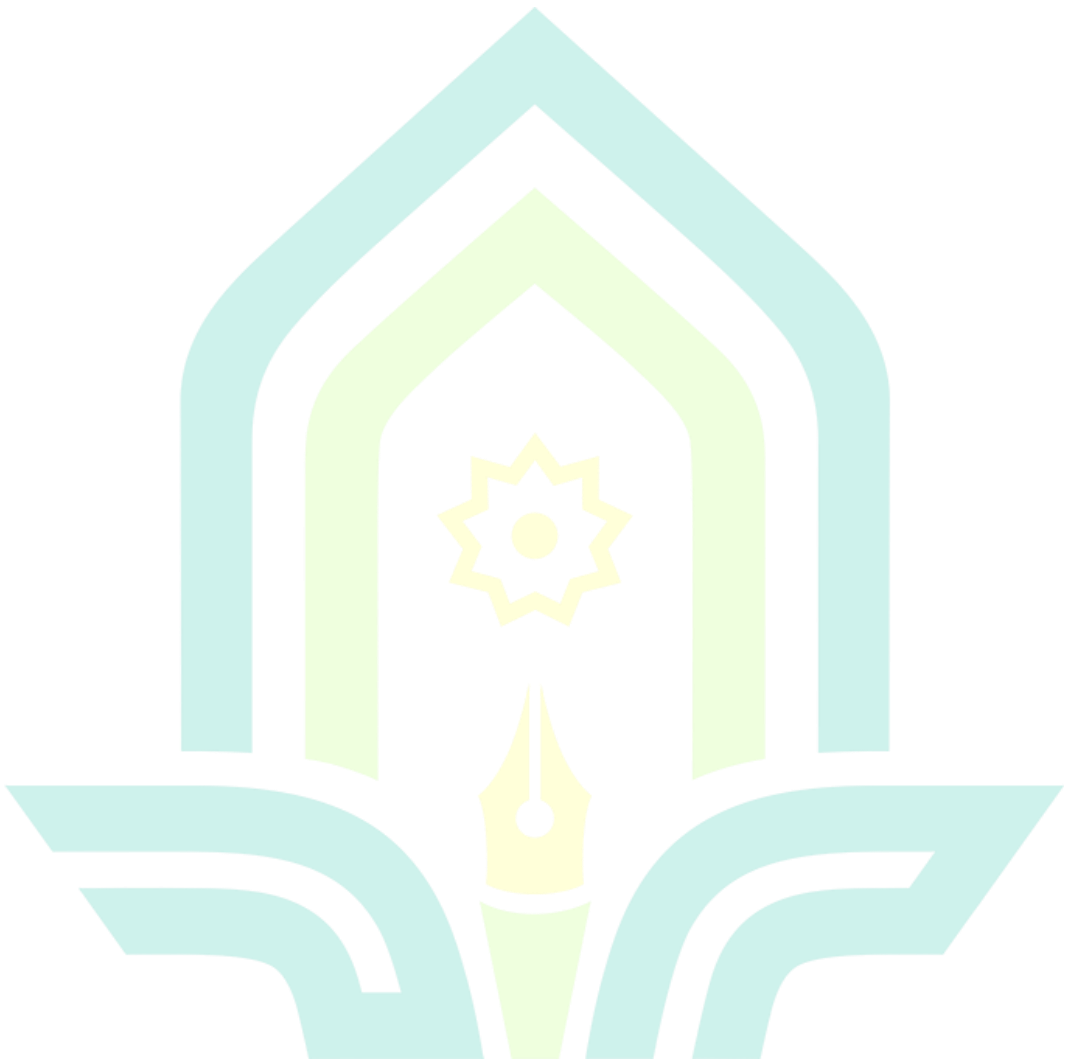
7. Terakhir, untuk diri saya sendiri Aldi Priansyah yang telah bertahan sejauh ini dengan rasa keberanian untuk terus melangkah dan pantang menyerah meski banyak rintangan yang menghadang. Terima kasih untuk tetap optimis, sukses selalu dan panjang umur segala hal yang baik.



MOTTO

“Berdamai dengan apa yang terjadi”

-Mangu



ABSTRAK

Aldi Priansyah, 2025, Perlindungan Hukum Affiliator Dalam Transaksi Jasa Pemasaran Produk Di Tiktok. Skripsi Fakultas Syariah. Progam Studi Hukum Ekonomi Syariah. Universitas Islam K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing Zulvi Romzul Huda F, S.H, M.H.

Seiring perkembangan zaman dan teknologi digital, pola pemasaran mengalami pergeseran signifikan dari model konvensional menuju pemasaran berbasis teknologi, termasuk pemasaran afiliasi. Salah satu platform yang menjadi pionir dalam hal ini adalah TikTok melalui fitur TikTok Shop. Namun, sejak terbitnya Permendag No. 31 Tahun 2023 yang melarang media sosial berfungsi ganda sebagai e-commerce, TikTok Shop melakukan migrasi sistem ke Tokopedia dan berganti nama menjadi Shop Tokopedia. Dalam sistem afiliasi ini, kreator konten (afiliasor) mempromosikan produk seller melalui tautan yang jika menghasilkan penjualan akan diberikan komisi. Namun, para afiliasor di TikTok ditemukan perubahan sepihak terhadap besaran komisi yang seharusnya diterima afiliasor. Setelah dilakukan konfirmasi, perubahan komisi afiliasor yang tidak sesuai dengan perjanjian awal setelah produk yang dipromosikan berhasil terjual dan tidak adanya pemberitahuan atas perubahan komisi yang diterima afiliasor. Penelitian ini bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan perlindungan hukum terhadap program afiliasi TikTok yang tidak terwujud. Penelitian ini diharapkan bisa memberi pertimbangan terhadap seller dan afiliasor agar lebih berhati-hati dan memilah-milah dalam melakukan kerjasama.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan normatif empiris, mengandalkan data bahan hukum primer dan data bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer adalah informasi yang diperoleh dengan wawancara kepada lima afiliasor, bahan hukum sekunder berupa undang-undang, kitab undang-undang hukum perdata, jurnal dan penelitian relevan.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa belum ada perlindungan hukum yang kuat dan seimbang bagi para afiliasor. Berdasarkan teori perlindungan hukum Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum yang seharusnya diterapkan terbagi menjadi dua, yaitu preventif (melalui perjanjian tertulis dan ketentuan KUH Perdata tentang wanprestasi) dan represif (melalui penyelesaian sengketa, seperti arbitrase). Ketidakseimbangan hubungan antara seller dan afiliasor yang cenderung merugikan afiliasor membuktikan pentingnya regulasi khusus mengenai sistem afiliasi. Akibat dari lemahnya perlindungan ini, afiliasor mengalami kerugian ekonomi karena tidak terpenuhinya hak komisi sesuai kesepakatan awal. Oleh karena itu, perlu adanya perbaikan regulasi agar dapat menjamin hak-hak para afiliasor secara adil dan berkeadilan.

Kata Kunci : Perlindungan hukum, afiliasor, TikTok Shop, komisi afiliasi, wanprestasi.

ABSTRACT

Aldi Priansyah, 2025, *Legal Protection for Affiliators in Product Marketing Service Transactions on TikTok*. Undergraduate Thesis, Faculty of Sharia. Sharia Economic Law Study Program. K.H. Abdurrahman Wahid Islamic University of Pekalongan. Supervisor: Zulvi Romzul Huda F, S.H, M.H.

As technology and digital advancements continue to evolve, marketing has undergone a significant transformation from traditional face-to-face methods to technology-based approaches, including affiliate marketing. One of the leading platforms implementing this model is TikTok through its TikTok Shop feature. However, following the issuance of Ministry of Trade Regulation No. 31 of 2023, which prohibits social media from functioning as an e-commerce platform, TikTok Shop migrated its operations to Tokopedia in March 2024 and was rebranded as Shop Tokopedia. In this affiliate system, content creators (affiliators) promote products through personalized links. If a transaction occurs through the shared link, they are entitled to a commission. Unfortunately, many affiliators have faced issues such as unilateral commission changes without prior notice or agreement.

However, TikTok affiliates discovered unilateral changes to the commission amounts they were supposed to receive. After confirmation, the changes to affiliate commissions were found to be inconsistent with the initial agreement after the promoted product was successfully sold, and there was no notification of the changes in commissions received by affiliates. This research aims to address the issue of legal protection for TikTok's affiliate program, which has not yet materialized. It is hoped that this research will inform sellers and affiliates about the importance of greater caution and discernment in their collaborations. This research uses a qualitative method with an empirical normative approach, relying on primary and secondary legal data. The primary legal data is information obtained through interviews with five affiliates, while the secondary legal data consists of laws, civil code, journals, and relevant research.

The findings reveal that legal protection for affiliators is still weak and unbalanced. Referring to the theory of legal protection by Philipus M. Hadjon, there are two types of protection: preventive (through written agreements and Civil Code provisions on breach of contract) and repressive (dispute resolution, such as national arbitration). The imbalance in the relationship between sellers and affiliators often disadvantages the affiliators, emphasizing the need for a specific regulation regarding affiliate marketing practices. Due to the lack of strong legal protection, affiliators suffer economic losses when their agreed-upon commissions are not fulfilled. Therefore, legal reform is needed to ensure fairness and protection for affiliators within digital marketing platforms.

Keywords: Legal protection, affiliator, TikTok Shop, commission affiliate, breach of contract.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim..

Alhamdulillahirabbil'alamin, segenap rasa syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWt, karena atas kemurahan-Nya yang telah memberikan kemudahan, ketabahan, kesabaran, semangat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa terlimpah curahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan para umatnya dan selalu kita tunggu syafa'atnya pada hari kiamat.

Skripsi yang berjudul “PERLINDUNGAN HUKUM AFFILIATOR DALAM TRANSAKSI JASA PEMASARAN PRODUK DI TIKTOK” telah terselesaikan. Penulis skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Gelar Sarjana Hukum (S.H.) dalam Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Penulis menyadari bahwa berharganya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari masa perkuliahan sampai menyusun skripsi ini. Ucapan terimakasih dengan setulus hati, penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah banyak membantu terselesaikannya skripsi ini, di antaranya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri K.H.Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Prof. Dr. H. Maghfur, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

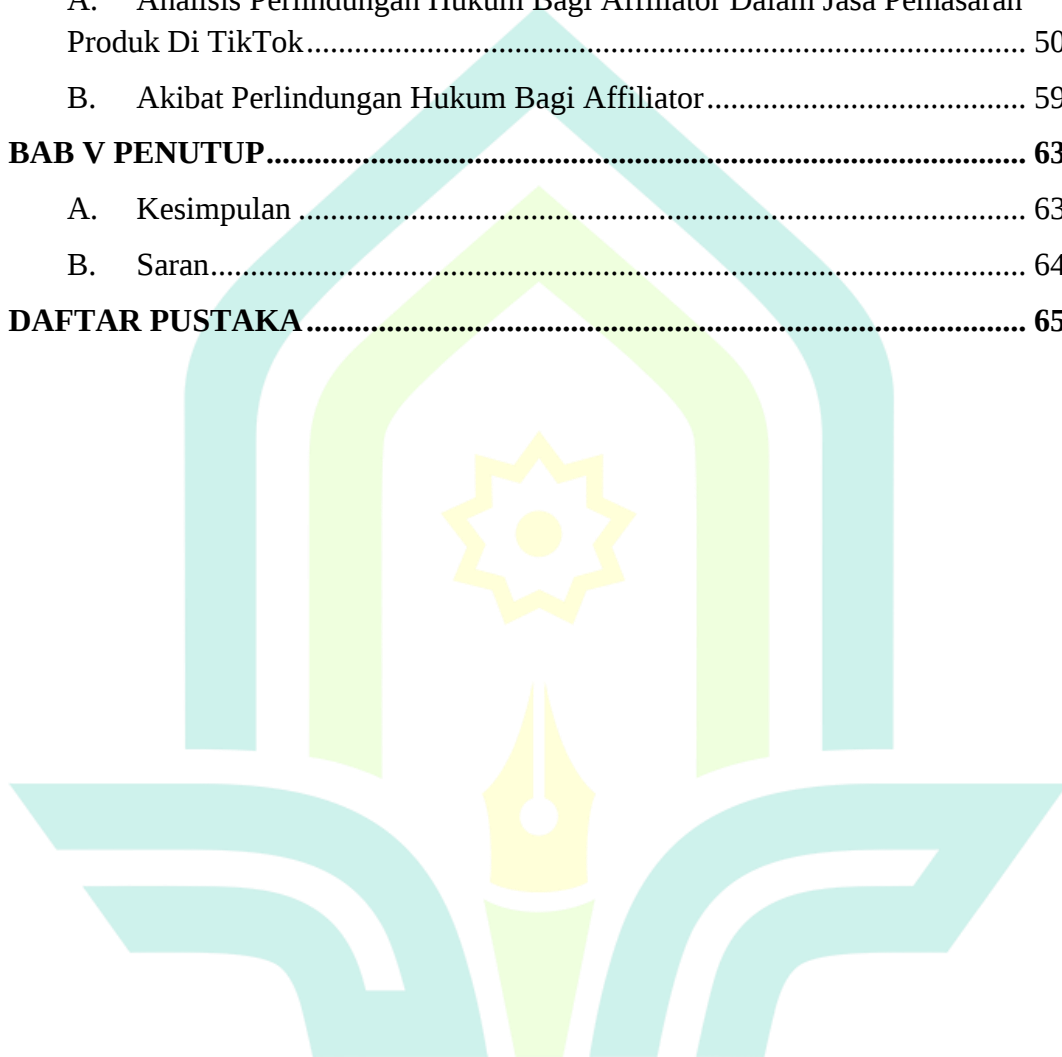
3. Bapak Khafid Abadi, M.H.I. selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Zulvi Romzul Huda F, S.H, M.H. selaku Dosen Pembimbing atas segala bimbingan, arahan, nasihat dan dukungannya.
5. Seluruh Dosen pengajar Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Ayahanda dan Ibunda tercinta yang telah memberikan doa, motivasi dan dukungan secara moril dan materil.
7. Seluruh sahabat dan teman-teman penulis, terimakasih atas dukungan dan doa dari kalian semua.
8. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun secara tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Terimakasih kepada teman-teman seperjuanganku yang tidak dapat disebutkan satu-satu oleh penulis yang sudah saling membantu dengan penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Semoga Allah senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, serta membalas segala amal kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dengan pahala yang berlimpah. Aamiin.

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN.....	ix
MOTTO	xi
ABSTRACT	xiii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Kegunaan Penelitian.....	4
E. Kerangka Teori.....	4
F. Penelitian Relevan.....	10
G. Metode Penelitian.....	13
H. Sistematika Penulisan	16
BAB II TEORI PERLINDUNGAN HUKUM DAN KONSEP PEMASARAN AFILIASI.....	17
A. Teori Perlindungan Hukum.....	17
B. Teori Perjanjian.....	20
C. Konsep Pemasaran Afiliasi	29
BAB III PERLINDUNGAN HUKUM AFFILIATOR DALAM TRANSAKSI JASA PEMASARAN PRODUK DI TIKTOK	33
A. Syarat Bergabung dan Ketentuan Umum Program Afiliasi TikTok.....	33

B. Ketentuan Komisi Pada Program Afiliasi	39
C. Cara Mendaftar dan Cara Kerja Pada Program Afiliasi TikTok.....	40
D. Perlindungan Hukum Affiliator Dalam Transaksi Jasa Pemasaran Produk Di TikTok.....	44
BAB IV ANALISIS PERLINDUNGAN HUKUM DALAM TRANSAKSI PEMASARAN PRODUK DI TIKTOK	50
A. Analisis Perlindungan Hukum Bagi Affiliator Dalam Jasa Pemasaran Produk Di TikTok.....	50
B. Akibat Perlindungan Hukum Bagi Affiliator.....	59
BAB V PENUTUP	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Pihak Afiliasi.....	41
Gambar 3.2 Alur Kerja Afiliasi.....	42
Gambar 3.3 Contoh Penawaran Komisi Dari Seller.....	42
Gambar 3.4 Komisi Affiliator.....	43



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman, pemasaran telah mengalami perubahan signifikan dari pemasaran tradisional atau tatap muka menjadi berbasis teknologi, termasuk pemasaran afiliasi. Salah satu platform yang menerapkan model pemasaran ini adalah TikTok melalui fitur TikTok Shop. Dengan memanfaatkan konten video yang menarik, TikTok Shop sebagai tempat baru bagi para pengguna untuk mempromosikan dan menjual produk secara luas dalam waktu singkat.¹

Pada tahun 2023, terjadi pemblokiran TikTok Shop di Indonesia sebagai akibat dari revisi aturan yang mengubah Permendag 50 Tahun 2020 menjadi Permendag 31 Tahun 2023. Pemerintah melarang media sosial berfungsi ganda sebagai platform e-commerce untuk menjaga kesetaraan dalam perdagangan digital.² Sebagai respons terhadap kebijakan ini, TikTok Shop melakukan migrasi sistem ke Tokopedia pada Maret tahun 2024, yang mengakibatkan seluruh operasional afiliasi TikTok di Indonesia dikelola oleh Tokopedia. Seiring dengan selesainya proses migrasi ini, TikTok Shop berganti nama menjadi Shop Tokopedia.

Pengguna yang mengikuti program ini disebut juga dengan afiliator atau TikTok *Creator*. Shop Tokopedia menghadirkan fitur afiliasi untuk menghubungkan antara TikTok Seller dan TikTok *Creators*. TikTok Seller akan berperan dengan menyediakan lapak jualan produk atau brandnya di Shop Tokopedia, dengan hanya memantau pergerakan selleran oleh afiliator, maka jika ada yang terjual akan otomatis komisi diberikan kepada afiliator sebagaimana persentase yang sudah diberitahukan di dashboard aplikasi. Sedangkan TikTok *Creators* akan dimudahkan dengan bebas mencari barang

¹ Fathur Rahman, "Praktik Affiliate Marketing Pada Platform E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah," *Istidlal: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam* 6, no. 1 (2022), 24.

² Allyza Nadia Shabri¹ et al., "Analisis Resepsi Mahasiswa Terhadap Pemberitaan Pemblokiran TikTok Shop Di Indonesia," *Prosiding Seminar Nasional*, 2023, hlm. 24

yang mudah dijual hingga rekomendasi barang yang cocok dijual, jika berhasil seseorang membeli dari hasil link yang affiliator berikan maka otomatis affiliator akan mendapatkan komisi sesuai yang dijanjikan di awal. Perjanjian antara seller dan kreator tidak melibatkan Tokopedia sebagai pihak di dalamnya.³

Meskipun sistem afiliasi ini memberikan peluang bagi affiliator untuk memperoleh pendapatan tambahan, terdapat permasalahan yang dirasakan oleh para affiliator. Permasalahan yang terjadi adalah ketidakseimbangan dalam perjanjian antara affiliator dan seller. Affiliator sering kali mengalami perubahan komisi yang tidak sesuai dengan perjanjian awal tanpa adanya pemberitahuan. Berdasarkan survey yang penulis lakukan, affiliator TikTok dengan nama Rin, bahwa ia mengikuti program afiliasi TikTok ini pada bulan Juli tahun 2023 kemudian di bulan Januari tahun 2025 mengalami komisi yang tidak sesuai pada perjanjian awal yang seharusnya mendapatkan komisi 5% dari harga produk menjadi 1%. Selanjutnya, affiliator TikTok dengan nama Miptah, bahwa ia mengikuti program afiliasi TikTok ini sekitar setahun lebih dan mengalami permasalahan yang sama di bulan Mei tahun 2025, yang seharusnya mendapatkan perkiraan komisi 8% dari harga produk menjadi 1%. Komisi mereka mengalami pemotongan secara sepihak, yang berdampak pada penghasilan mereka. Ketidakseimbangan ini menimbulkan dugaan bahwa seller memanfaatkan sistem afiliasi untuk memperoleh keuntungan lebih besar tanpa memperhatikan hak affiliator.

Setiap perjanjian yang dibuat seharusnya berdasarkan asas kepatutan dan keadilan sebagaimana diatur dalam pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata, bahwa perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik⁴. Akan tetapi, praktik yang terjadi dalam program afiliasi TikTok menunjukkan adanya ketidakseimbangan, dimana seller memiliki kendali lebih besar atas komisi yang diterima oleh affiliator. Hal ini bertentangan dengan prinsip keadilan dalam perjanjian dan

³ "TikTok Shop," accessed January 20, 2025, <https://shop.tiktok.com/business/zh/affiliate>.

⁴ Yudi Setiawan, Budi Sutrisno, and Ari Hakim Budiawan Firdaus, "Pelaksanaan Pasal 1338 Ayat (1) (3) KUHPdt Tentang Kebebasan Berkontrak Dan Itikad Baik Dalam Pembiayaan Kendaraan Bermotor," *Journal Kompilasi Hukum* 5, no. 1 (2020), hlm. 74

menimbulkan ketidakpastian hukum bagi afiliator, karena pernyataan ketentuan komisi program afiliasi TikTok bahwa persentase komisi diatur oleh seller. Dimana pihak seller dapat menentukan dan mengubah besaran komisi yang diberikan kepada afiliator. Sehingga perlu diberikan perlindungan hukum bagi afiliator terhadap perbuatan kesewenang-wenangan seller.

Perlindungan hukum menurut Philipus M. Hadjon adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subjek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan. Teori ini menjadi landasan penting dalam transaksi jasa pemasaran produk di TikTok, dimana afiliator sebagai subjek hukum mendapatkan perlindungan hukum yang mencakup kepastian pembayaran komisi, kejelasan kontrak, dan akses terhadap penyelesaian sengketa.⁵

Berdasarkan paparan diatas, pemotongan komisi afiliator secara sepihak dalam program afiliasi TikTok menyebabkan tidak terpenuhinya hak afiliator. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait bagaimana perlindungan hukum bagi afiliator dalam transaksi jasa pemasaran di TikTok dan akibat atas perlindungan hukum tersebut, yang menjadi dasar dalam perumusan masalah penelitian ini. Oleh karena itu, dalam penelitian ini menarik sebuah judul “Perlindungan Hukum Afiliator dalam Transaksi Jasa Pemasaran Produk di TikTok”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perlindungan hukum bagi afiliator dalam jasa pemasaran produk di TikTok?
2. Bagaimana akibat perlindungan hukum bagi afiliator?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum bagi afiliator dalam jasa pemasaran produk di TikTok.
2. Untuk mengetahui bagaimana akibat perlindungan hukum bagi afiliator.

⁵ M. Hadjon Phillipus, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Di Indonesia* (Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1987), hlm. 2

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Memberikan kontribusi untuk menyelesaikan permasalahan perlindungan hukum terhadap program afiliasi TikTok yang tidak terwujud. Penulisan hukum ini diharapkan berguna bagi pengembangan cabang ilmu lain khususnya bagian hukum ekonomi syariah.

2. Manfaat Praktis

Memberikan manfaat bagi afiliator yakni perlindungan hukum dalam pelaksanaan program afiliasi. Penulisan hukum ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan bagi penulisan berikutnya. Kemudian dapat menjadi pertimbangan terhadap seluruh pelaku usaha dan kreator agar lebih berhati-hati dan memilah-milah dalam melakukan kerjasama.

E. Kerangka Teori

1. Teori Perlindungan Hukum

Dalam ilmu hukum dikenal adanya subjek hukum, yaitu segala sesuatu yang merupakan pendukung hak dan kewajiban. Subjek hukum ini dibagi menjadi dua, yaitu manusia atau *natuurlijk persoon* dan badan hukum atau *rechts persoon*.⁶ Agar kepentingan manusia terlindungi, hukum harus dilaksanakan. Pelaksanaan hukum dapat berlangsung secara normal, damai, tetapi dapat terjadi juga karena pelanggaran hukum.

a. Pengertian Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum menurut Phillipus M. Hadjon adalah perlindungan yang diberikan terhadap harkat, martabat dan pengakuan hak asasi manusia yang dimiliki oleh subjek hukum yang berdasarkan ketentuan umum dari kesewenangan atau sebagai kumpulan peraturan yang dapat melindungi suatu hal lainnya.⁷ Artinya bahwa perlindungan hukum adalah sebuah perbuatan untuk melindungi hak seseorang dari pihak-pihak tertentu. Adanya perlindungan hukum karena untuk

⁶ Listyowati Nunuk, "Tanggung Jawab Hukum Perseroan Terbatas Yang Belum Berbadan Hukum," *Spirit Pro Patria* 1, no. 2 (2015), hlm. 32

⁷ M. Hadjon Phillipus, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Di Indonesia* (Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1987), hlm. 2

mewujudkan keamanan, ketertiban dan ketentraman subjek hukum.

b. Macam-Macam Perlindungan Hukum

Phillipus M. Hadjon membagi perlindungan hukum atas dua macam bentuk, yaitu:

1) Perlindungan hukum preventif

Pada perlindungan hukum yang preventif, subjek hukum diberikan kesempatan untuk mengajukan keberatan atau pendapatnya sebelum suatu keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif. Dengan demikian, perlindungan hukum yang preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa. Perlindungan hukum preventif pemerintah mendorong untuk bersikap hati-hati dalam mengambil keputusan.

Dalam hal ini, perlindungan hukum preventif bagi afiliator didasarkan pada peraturan perundang-undangan yang memastikan adanya kejelasan perjanjian antara afiliator dan seller, serta transparansi dalam perubahan komisi. Dengan adanya peraturan perundang-undangan dibuat, diharapkan seller akan semakin sadar bahwa pemotongan komisi sepihak adalah tindakan melawan hukum dan merugikan orang lain.

2) Perlindungan hukum represif

Perlindungan hukum yang represif, bertujuan untuk menyelesaikan sengketa yang terjadi. Penyelesaian sengketa ditangani oleh peradilan yang berwenang baik secara absolut ataupun relatif serta dapat dilakukan dengan litigasi ataupun non litigasi. Upaya litigasi dapat dilakukan melalui pengadilan sedangkan upaya non litigasi dapat dilakukan diluar pengadilan.

Dalam penyelesaian sengketa non litigasi, jika afiliator merasa dirugikan akibat pemotongan komisi sepihak, para afiliator bisa menempuh jalur arbitrase dan alternatif penyelesaian sengketa seperti, konsultasi, negosiasi dan mediasi. Ketika penyelesaian non litigasi tidak membuahkan hasil, afiliator dapat menempuh jalur litigasi

melalui pengadilan dengan mengajukan gugatan.

2. Teori Perjanjian

Teori yang selanjutnya digunakan pada penelitian ini adalah teori perjanjian. Berdasarkan pasal 1313 KUH Perdata suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Hukum perjanjian diatur dalam buku III KUH Perdata yang terdiri dari 18 Bab dan 631 Pasal, dimulai dari pasal 1233 sampai dengan 1864 KUH Perdata. Syarat-syarat yang diperlukan untuk sahnya suatu perjanjian diatur dalam pasal 1320 KUH Perdata yaitu:

- a. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya.
- b. Kecakapan untuk membuat perikatan.
- c. Suatu hal tertentu
- d. Suatu sebab yang halal.

Dalam perjanjian, terdapat asas hukum sebagai pedoman penting ketika menghadapi kasus-kasus sulit dan juga dalam hal menerapkan aturan. Beberapa asas yang menjadi landasan, antara lain:⁸

- a. Asas kebebasan berkontrak, yang memberikan kebebasan kepada pihak untuk membuat, mengadakan, menentukan isi, dan bentuk perjanjian.
- b. Asas konsensualisme, yang menyatakan bahwa perjanjian pada umumnya tidak memerlukan formalitas, cukup dengan adanya kesepakatan kedua belah pihak.
- c. Asas kepastian hukum, yang menegaskan bahwa substansi kontrak harus dihormati sebagaimana undang-undang.
- d. Asas itikad baik, yang menuntut pelaksanaan kontrak dengan itikad baik dari kedua belah pihak.
- e. Asas kepribadian, yang menekankan bahwa kontrak dilakukan untuk kepentingan perseorangan.

Menurut Subekti, menyatakan bahwa perjanjian adalah suatu peristiwa

⁸ Hendra and RR. Lyia Aina Prihardiati, "Wanprestasi Perjanjian Kerja Sama Pembangunan Ruko Ditinjau Dari Teori Perjanjian (Studi Kasus Putusan Nomor 6.Pdt.G/2019/PN.DPK)," *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)* 6, no. 3 (2022), hlm. 2

dimana seseorang berjanji kepada orang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal.⁹ Oleh karena itu hukum perjanjian sebagai salah satu bentuk hukum yang berperan penting dan nyata dalam kehidupan masyarakat.

Wanprestasi adalah kondisi ketika salah satu pihak dalam perjanjian tidak memenuhi kewajiban sebagaimana yang telah disepakati dalam perjanjian. Menurut Pasal 1238 KUH Perdata, bahwa debitur dinyatakan lalai denan surat perintah atau dengan akta sejenis itu atau berdasarkan kekuatan dari perikatan sendiri yaitu bila perikatan ini mengakibatkan debitur harus dianggap lalai dengan lewatnya waktu yang ditentukan.¹⁰ Menurut Subekti, wanprestasi terjadi apabila debitur tidak melakukan apa yang sudah dijanjikannya, maka seorang debitur dikatakan wanprestasi jika ia lalai atau ingkar janji serta melakukan sesuatu yang tidak boleh dilakukannya.

Wanprestasi ini dapat terjadi baik disengaja ataupun tidak sengaja. Dimana pihak yang tidak sengaja melakukan wanprestasi ini biasanya terjadi karena ketidakmampuannya untuk memenuhi prestasi sehingga seseorang tersebut secara terpaksa tidak dapat memenuhi prestasi tersebut.¹¹ Wanprestasi dapat dikatakan sebagai pelaksanaan perjanjian yang tidak memenuhi kewajiban pada waktunya atau dilakukan tidak menurut selayaknya atau tidak dilaksanakan sama sekali

3. Konsep Pemasaran Afiliasi

Fitur afiliasi adalah fitur platform e-commerce yang memungkinkan seller mengatur rencana promosi publik atau tertarget dan terhubung dengan kreator Tokopedia untuk promosi produk seller di platform e-commerce dan atau platform TikTok (secara bersama-sama disebut layanan kreator). Pemasaran menurut Philip Kotler adalah suatu proses sosial dan menajerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan

⁹ R. Subekti, *Pokok Pokok Hukum Perdata* (Jakarta: Intermasa, 2005), hlm.17

¹⁰ Pasal 1238 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

¹¹ Subekti, *Hukum Perjanjian*, (Jakarta: Intermasa, 1979), hlm. 45

nilai dengan pihak lain.¹² Beberapa ketentuan pemasaran afiliasi TikTok sebagai berikut:

a. Pemasaran Afiliasi

Pemasaran afiliasi adalah pengaturan kemitraan berbasis komisi antara seller dan kreator, yang meliputi fitur-fitur berikut:

- 1) Seller dapat memberikan komisi kepada kreator untuk mempromosikan produk yang memenuhi persyaratan Pemasaran Afiliasi (produk afiliasi) atas nama seller.
- 2) Kreator dapat mencari produk afiliasi seller untuk mempromosikannya dan mendapatkan komisi.
- 3) TikTok dapat secara khusus merekomendasikan produk afiliasi seller kepada kreator untuk dipromosikan.

Dalam setiap dan seluruh model (sebagaimana sesuai), seller menyatakan dan menyetujui bahwa kreator adalah kontraktor independen yang menyediakan layanan kreator kepada seller sesuai dengan perjanjian antara seller dan kreator tanpa melibatkan Tokopedia sebagai pihak di dalamnya, yang artinya terjadi pengikatan antara seller dan kreator.¹³

b. Komisi Afiliasi

Sebagai seller di TikTok Shop, seller berkolaborasi dengan kreator pilihan melalui program afiliasi untuk meningkatkan selleran. afiliasi berarti kreator TikTok berkolaborasi dengan seller untuk mempromosikan dan menjual produk. Sebagai imbalan atas produk yang berhasil mereka jual, seller menyediakan sejumlah komisi berdasarkan persentase komisi afiliasi yang disepakati bersama. Proses ini dijalankan melalui program afiliasi yang dibuat pada bagian Pemasaran afiliasi. Berikut perhitungan komisi afiliasi yaitu:

- 1) Jika seorang afiliator membantu seller menjual produk hingga pesanan tersebut berhasil dikirim dan ditandai 'Selesai', platform akan otomatis

¹² Kasmir, *Studi Kelayakan Bisnis* (Bogor: Pranada Media, 2003), hlm. 47

¹³ Shop Tokopedia, "Academy," accessed February 11, 2025, https://seller-id.tokopedia.com/university/essay?role=1&knowledge_id=5833735817053953&from=other&article_type=agreement&identity=1.

memotong jumlah komisi dari pesanan hal ini disebut komisi afiliasi. Biaya komisi yang ditanggung oleh seller setelah afiliasi memenuhi jasa selleran dan promosinya.

- 2) Jumlah komisi afiliasi adalah harga produk dikurangi diskon seller. Ongkir dan diskon platform tidak termasuk ke dalam penghitungan komisi afiliasi. Rumus:

Komisi afiliasi = (jumlah yang dibayar pelanggan - pajak) * tarif komisi.

c. Strategi Afiliasi

Dalam meningkatkan selleran dan promosi produk, seller dapat menggunakan fitur kolaborasi yang ada di TikTok Shop Tokopedia. Strategi ini digunakan untuk membuat produk seller bisa dikenal lebih banyak orang dan jangkauan audiens-nya pun bisa lebih luas lagi. Strategi promosi produk yang simpel dan hemat biaya, yaitu berkolaborasi dengan kreator. Ada dua pilihan kolaborasi:

- 1) Kolaborasi Terbuka, merupakan program promosi dimana seller memberikan izin ke semua kreator afiliasi menemukan dan mempromosikan produk melalui kolaborasi terbuka.
- 2) Kolaborasi Bertarget, seller berkolaborasi dengan kreator tertentu yang cocok dengan merek seller melalui kolaborasi bertarget.¹⁴

Kemudian strategi ini dapat dimanfaatkan oleh kreator sebagai berikut:

- 1) Menemukan produk yang cocok untuk pengikut
- 2) Mendapatkan sampel produk dengan menghubungi seller untuk meminta sampel.

Afiliasi biasanya menggunakan kode atau tautan khusus yang melacak kunjungan dan transaksi yang berasal dari promosi mereka. Pemasaran afiliasi seringkali dilakukan melalui berbagai saluran pemasaran digital seperti situs web, blog, media sosial, email, atau iklan online. Tujuan dari pemasaran afiliasi yakni, untuk menciptakan kemitraan yang saling menguntungkan antara pemilik produk dan afiliasi, dimana

¹⁴ Shop Tokopedia, "Menghubungkan Kreator Dan Penjual Melalui Komisi Dan Kreativitas," accessed February 11, 2025, <https://seller.tiktokglobalshop.com/business/id/affiliate>.

pemilik produk mendapatkan peningkatan selleran atau eksposur produk, sementara afiliasi mendapatkan penghasilan tambahan melalui komisi yang diberikan atas kontribusi promosi mereka.

F. Penelitian Relevan

Penelitian yang relevan merupakan penelitian yang telah dilakukan dan serupa dengan penelitian yang akan dilakukan, sehingga dapat digunakan sebagai referensi dan perbandingan.¹⁵ Masalah perlindungan hukum affiliator dalam transaksi jasa pemasaran cukup banyak dikaji oleh para peneliti sebelumnya, diantaranya:

Tabel 1.1
Penelitian Relevan

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Nadiya Qothrunnada	Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna TikTok Program Afiliasi Dalam Tinjauan Hukum Islam Dan Hukum Positif Indonesia	Meneliti tentang program afiliasi TikTok	- Peneliti terdahulu berfokus kepada sistem afiliasi TikTok dalam tinjauan hukum islam sedangkan penulis, fokus terhadap perlindungan hukum dan akibat atas perlindungan hukum bagi affiliator TikTok - Penulis tidak membahas tinjauan afiliasi TikTok melalui hukum islam.

¹⁵ Michelle Sutandi et al., "Analisis Peran Affiliate Marketing Dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan (Literatur Review Jurnal)," *Dinasti Review* 5, no. 3 (2024), hlm. 197

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
2.	Adnan Rafiqih	Sistem Affiliate dalam Marketplace Shopee menurut Hukum Islam dan Hukum Positif di Indonesia	Sama-sama membahas mengenai afiliasi pada sebuah aplikasi	- Peneliti terdahulu objek penelitian yang dituju afiliasi Shopee sedangkan penulis, afiliasi TikTok - Peneliti terdahulu membahas sistem afiliasi berdasarkan tinjauan fikihnya dalam hukum islam sedangkan penulis, membahas mengenai perlindungan hukum dan akibat atas perlindungan hukum bagi affiliorator pada program afiliasi TikTok
3.	Angelica Dinda Reginaa Permatasari	Perlindungan Hukum Terhadap Affiliator atas Pembayaran Komisi Shopee Affiliates Menurut Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan	Meneliti tentang perlindungan hukum terhadap affiliorator	- Objek yang dituju peneliti terdahulu ini merupakan e-commerce Shopee Afiliasi sedangkan penulis, pada aplikasi TikTok. - Peneliti terdahulu berfokus pada perlindungan hukum

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
		Transaksi Elektorik dan Hukum Islam		program afiliasi Shopee sedangkan penulis, perlindungan hukum dan akibat atas perlindungan hukum bagi affiliator TikTok.
4	Atsna Farihatul Ulya	Perlindungan Hukum Terhadap Afiliasi Dalam Praktik Program Afiliasi Lazada.co.id Pada Komunitas Lazabot (Kajian Perspektif Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Dan Hukum Islam)	Sama-sama melakukan penelitian yang terkait dengan perlindungan hukum kepada pihak afiliasi	- Peneliti terdahulu menggunakan prespektif KUH Perdata dan hukum islam sedangkan penulis menggunakan prespektif KUH Perdata saja. - Objek penelitian terdahulu adalah pihak afiliasi pada komunitas lazadabot sedangkan penulis, pihak afiliasi pada TikTok.

Berdasarkan ke lima penelitian terdahulu di atas, novelty atau pembaharuan dari penelitian yang ada pada penelitian yang akan dilakukan oleh penulis adalah pada poin memberikan perlindungan dari kesewenangan dan alternatif penyelesaian yang mudah diakses para affiliator. Dimana hal tersebut belum dibahas pada penelitian-penelitian sebelumnya, jadi penulis merasa hal tersebut akan menjadi poin penting mengenai kebaharuan dalam penelitian ini sehingga akan melengkapi temuan penelitian sebelumnya.

G. Metode Penelitian

Penelitian hukum menurut Peter Mahmud Marzuki adalah suatu proses untuk menemukan aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi.¹⁶ Dalam melaksanakan penelitian ini maka metode penelitian yang digunakan penulis dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian hukum ini adalah penelitian kualitatif, yakni merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena dalam bentuk kata-kata, bukan dalam bentuk angka-angka.¹⁷ Penelitian kualitatif digunakan untuk menghasilkan data deskriptif baik berupa ucapan, tulisan, dan perilaku orang yang diamati. Penelitian ini mengenai informasi dari afiliator TikTok berupa wawancara yang komisinya diturunkan oleh seller.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah normatif empiris. Pendekatan normatif empiris merupakan penelitian yang mengkaji pelaksanaan ketentuan hukum positif dan dokumen tertulis secara faktual pada suatu peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan lapangan (*field research*), dimana objek penelitiannya mengenai gejala-gejala atau peristiwa yang terjadi pada masyarakat.¹⁸ Dalam hal ini perlindungan hukum bagi afiliator yang tidak mendapatkan haknya sesuai perjanjian awal.

3. Sumber Data

Dalam penelitian ini ada dua sumber data yang akan digunakan yaitu sumber data bahan hukum primer dan sumber data bahan hukum sekunder.

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan sumber hukum utama yang

¹⁶ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Kencana, 2006) hlm.35

¹⁷ Sigit Hermawan dan Amirullah, "Metode Penelitian Bisnis Pendekatan : Kuantitatif & Kualitatif," 2016, hlm. 62

¹⁸ Abdulkabir Muhammad, *Hukum Dan Penelitian Hukum* (Bandung: Citra Aditya akti, 2004), hlm.134

memiliki kekuatan hukum mengikat dan menjadi dasar dalam penelitian. Bahan hukum primer dalam penelitian ini mengenai ketentuan pada program afiliasi TikTok. Kemudian dari penyebaran kuesioner terbuka dan wawancara langsung kepada 5 affiliator TikTok.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan penjelasan mengenai bahan hukum primer. Sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literature, buku-buku, serta dokumen. Bahan hukum sekunder dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2023
- 2) PP Nomor 80 Tahun 2019 mengenai Pemerintah Lahirkan Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
- 3) Pasal 18 Peraturan Pemerintah Nomor 78 Tahun 2015 ayat (1) Pengusaha wajib membayar upah pada waktu yang telah diperjanjikan antara Pengusaha dengan Pekerja/Buruh.
- 4) Undang-undang nomor 13 tahun 2003 pasal 1 dan ayat 2 yang berbunyi
 - 1) Setiap pekerja/buruh berhak memperoleh penghasilan yang memenuhi penghidupan yang layak bagi kemanusiaan. (2) Untuk mewujudkan penghasilan yang memenuhi penghidupan yang layak bagi kemanusiaan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), pemerintah menetapkan kebijakan pengupahan yang melindungi pekerja/buruh.
- 5) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- 6) Jurnal, buku, dokumen-dokumen perjanjian dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan untuk memperoleh keseluruhan data dan informasi yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian. Peneliti menggunakan metode wawancara dan dokumentasi.

a. Wawancara

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik

wawancara. Dimana peneliti melakukan survey terlebih dahulu kepada affiliator Mipta dan Rin mengenai pemotongan komisi secara sepihak dalam program afiliasi TikTok dan melakukan wawancara kepada para affiliator TikTok. Dalam penelitian ini peneliti mengambil sekitar 5 affiliator dari TikTok, yaitu Miptah, Rin, Okta, Arsyila dan Evi.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data melalui sejumlah dokumen dalam bentuk dokumentasi. Bentuk-bentuk data dokumentasi dapat berupa dokumen tertulis maupun dokumen terekam, seperti buku-buku, data-data yang tercantum di website, surat pribadi, catatan maupun kliping.¹⁹ Dokumentasi yang digunakan pada penelitian ini catatan hasil wawancara, screenshoot bukti wawancara, dan informasi dari para affiliator di TikTok.

5. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara dan bahan-bahan lain. Maka teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah analisis kualitatif. Selanjutnya data tersebut dianalisis dengan melalui 3 tahap yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data artinya merangkum, memilih hal-hal yang pokok dan memfokuskan pada sesuatu yang penting saja, dicari tema dan polanya. penulis berfokus pada permasalahan atas dasar fakta yang dilakukan dengan cara wawancara. Dalam penelitian ini penulis dapat mengetahui perlindungan hukum affiliator dalam transaksi jasa pemasaran produk.

b. Penyajian Data

Penyajian data artinya menyusun informasi secara sistematis untuk memperoleh kesimpulan sebagai temuan penelitian. Dilanjutkan penyajian data dilakukan untuk menyusun teks naratif dari sekumpulan informasi yang berasal dari hasil reduksi data dan menganalisisnya menggunakan

¹⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014) hlm.

bahan hukum positif.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan artinya memberikan kesimpulan terhadap hasil analisis data yang sudah dilakukan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Pada tahap ini penulis menarik kesimpulan dari hasil reduksi data dan penyajian data

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan hasil dari penelitian ini akan disajikan ke dalam lima bab yang memiliki satu kesatuan saling mendukung dan melengkapi yang tersusun secara sistematis guna mempermudah pemahaman dan penelitian, yang akan dibahas secara lebih jelasnya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN: dalam pendahuluan berisi pemaparan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, kegunaan penelitian, kerangka teoritik, penelitian relevan, metode penelitian hingga sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI: bab ini menguraikan landasan teori mengenai teori perlindungan hukum, teori perjanjian, dan konsep pemasaran.

BAB III HASIL PENELITIAN: berisi tentang uraian objek penelitian terkait konsep pemasaran dan perjanjian affiliator dalam transaksi jasa pemasaran produk di TikTok.

BAB IV PEMBAHASAN PENELITIAN: Dari pembahasan di bab sebelumnya, dalam bab ini menjawab mengenai rumusan masalah yang berisi perlindungan hukum affiliator dalam transaksi jasa pemasaran produk di TikTok.

BAB V PENUTUP: bab ini penulis menguraikan kesimpulan dari hasil penelitian, saran dan penutup.

BAB V

PENUTUP

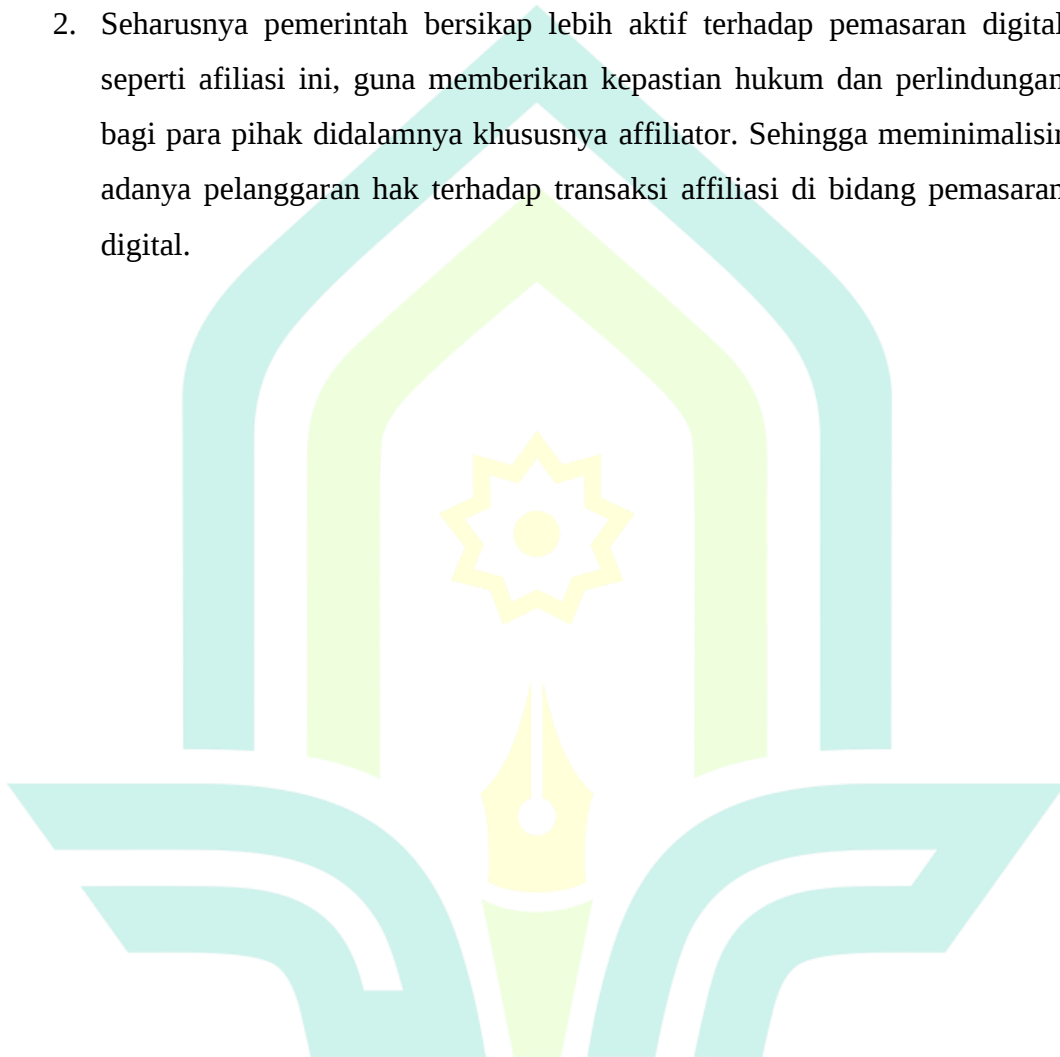
A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai Perlindungan Hukum Bagi Affiliator Dalam Transaksi Pemasaran Produk Di TikTok serta menjawab rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan berikut:

1. Perlindungan hukum bagi affiliator belum sepenuhnya terlaksana secara adil. Ketentuan program afiliasi TikTok yang membuat hubungan antara affiliator dan seller menjadi tidak seimbang terutama seller yang diberikan kuasa penuh atas pemberian komisi yang diberikan kepada affiliator. Hal tersebut disimpulkan menggunakan analisis bentuk perlindungan hukum menurut Philipus M. Hadjon yaitu perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif. Preventifnya pada buku ketiga KUH Perdata tentang perikatan, terdapat pasal-pasal yang mengatur mengenai ingkar janji, Sehingga pasal tersebut mampu memberikan perlindungan hukum kepada affiliator untuk memperjuangkan hak-hak affiliator. Kemudian represifnya yaitu perlindungan hukum yang dilakukan ketika sudah terjadi perselisihan. Sehingga affiliator yang mengalami perselisihan dengan seller dan tidak terpenuhinya hak affiliator, ketika negosiasi yang dilakukan belum berhasil dapat diselesaikan melalui arbitrase nasional di Indonesia.
2. Akibat perlindungan hukum yang belum optimal bagi affiliator, mengalami kerugian secara ekonomi karena hak mereka atas komisi tidak terpenuhi sesuai kesepakatan awal. Walaupun sudah ada ketentuan-ketentuan dalam program afiliasi, belum ada regulasi khusus yang mengatur pemasaran afiliasi terutama affiliator dalam menjalankan prestasinya.

B. Saran

1. Para affiliator diharapkan untuk lebih berhati-hati dalam memilih produk seller pada program afiliasi sebelum mempromosikannya, jangan tergiur hanya karena tawaran komisi yang tinggi oleh seller. Kemudian para affiliator memahami dulu secara detail ketentuan dalam program afiliasi sebelum bergabung.
2. Seharusnya pemerintah bersikap lebih aktif terhadap pemasaran digital seperti afiliasi ini, guna memberikan kepastian hukum dan perlindungan bagi para pihak didalamnya khususnya affiliator. Sehingga meminimalisir adanya pelanggaran hak terhadap transaksi afiliasi di bidang pemasaran digital.



DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah, Sigit Hermawan dan. “Metode Penelitian Bisnis Pendekatan : Kuantitatif & Kualitatif,” 2016, 62.
- Bachtiar, Maryati. *Buku Ajar Hukum Perikatan*. Pekanbaru: Witra Irzani, 2007, n.d.
- Brama Kumbara, Vicky. “Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse.” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2, no. 5 (2021): 604–30. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>.
- Darus, Mariam. *Aneka Hukum Bisnis*, 2005.
- Hadjon, Philipus M. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: Bina Ilmu, 1987.
- Hendra, and RR. Lyia Aina Prihardiati. “Wanprestasi Perjanjian Kerja Sama Pembangunan Ruko Ditinjau Dari Teori Perjanjian (Studi Kasus Putusan Nomor 6.Pdt.G/2019/PN.DPK).” *Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan (JISIP)* 6, no. 3 (2022): 2.
- Hernoko, Agus Yudha. *Hukum Perjanjian: Asas Proporsional Dalam Kontrak Komersial*. Jakarta: Kencana, 2021, n.d.
- Kansil, C.S.T. *Pengantar Ilmu Hukum Dan Tata Hukum Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1989.
- Karina, Nabela Dwi, Darmansyah, and Dudi Awalludin. “Pengaruh Affiliate Marketing Dalam Peningkatan Penjualan Pada Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumen.” *Prosiding Seminar Nasional Inovasi Dan Adopsi Teknologi (INOTEK)* 3, no. 1 (2023): 80–89. <https://doi.org/10.35969/inotek.v3i1.304>.

Kasmir. *Studi Kelayakan Bisnis*. Bogor: Pranada Media, 2003.

Kristiawanto, Joko Sriwidodo dan. *Memahami Hukum Perikatan*. Yogyakarta: Kepel Press, 2021, n.d.

Marzuki, Peter Mahmud. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana, 2006.

Muchsin. *Perlindungan Dan Kepastian Hukum Bagi Investor Di Indonesia*. Surakarta: Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Mare, 2003.

Muhammad, Abdulkabir. *Hukum Dan Penelitian Hukum*. Bandung: Citra Aditya akti, 2004.

Nirwana, Benefitasari Intan. "Panduan Lengkap Affiliate Marketing." *Niagahoster*, 2021, 3.

Nunuk, Listyowati. "Tanggung Jawab Hukum Perseroan Terbatas Yang Belum Berbadan Hukum." *Spirit Pro Patria* 1, no. 2 (2015): 25–32.

Nur Azza Morlin Iwanti, and Taun. "Akibat Hukum Wanprestasi Serta Upaya Hukum Wanprestasi Berdasarkan Undang-Undang Yang Berlaku." *The Juris* 6, no. 2 (2022): 361–351. <https://doi.org/10.56301/juris.v6i2.601>.

Nur Fitriyani, and Moh. Mukhsin. "Analisis Praktik Pemasaran Afiliasi Pada Platform E-Commerce Tinjauan Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah." *Ekonomi Keuangan Syariah Dan Akuntansi Pajak* 1, no. 3 (2024): 178–94. <https://doi.org/10.61132/eksap.v1i3.232>.

Pasal 1 Butir 1 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase Dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, n.d.

Pasal 1238 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, n.d.

Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, n.d.

Pasal 1315 Dan Pasal 1340 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, n.d.

Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, n.d.

Phillipus, M. Hadjon. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Di Indonesia*. Surabaya: PT. Bina Ilmu, 1987.

Purwadi, Ari. *Dasar-Dasar Hukum Perdata Internasional. Pusat Pengkajian Hukum Dan Pembangunan (PPHP)*, 2016.

Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Tim Penyusun Kamus. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Kedua. Jakarta: Balai Pustaka, 1995.

R. Subekti. *Pokok Pokok Hukum Perdata, Cet. XXVI*, 1985.

Rahardjo, Satjipto. *Sisi-Sisi Lain Dari Hukum Di Indonesia*. Jakarta: Kompas, 2003.

Rahman, Fathur. “Praktik Affiliate Marketing Pada Platform E-Commerce Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah.” *Istidlal: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam* 6, no. 1 (2022): 24–37. <https://doi.org/10.35316/istidlal.v6i1.407>.

Ratnaningsih, I Dewa Ayu Sri, and Putu Eka Trisna Dewi. “Sahnya Suatu Perjanjian Berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.” *Kajian Ilmiah Hukum Dan Kenegaraan* 2, no. 2 (2023): 95–102. <https://doi.org/10.35912/kihan.v2i2.2384>.

Setiawan, Yudi, Budi Sutrisno, and Ari Hakim Budiawan Firdaus. “Pelaksanaan Pasal 1338 Ayat (1) (3) KUHPdt Tentang Kebebasan Berkontrak Dan Itikad Baik Dalam Pembiayaan Kendaraan Bermotor.” *Journal Kompilasi Hukum* 5, no. 1 (2020): 154–74. <https://doi.org/10.29303/jkh.v5i1.5>.

Shabri¹, Allyza Nadia, Rifky Al Ghivari², Najla Fachri Alkatiri, and Restu Singgih. “Analisis Resepsi Mahasiswa Terhadap Pemberitaan Pemblokiran TikTok Shop Di Indonesia.” *Prosiding Seminar Nasional*, 2023, 1124–34.

Shop, Tiktok. “Ketentuan Layanan,” n.d.

<https://www.tiktok.com/legal/page/row/terms-of-service/id>.

Tiktok. “Pengikatan Antara Penjual Dan Kreator,” n.d. https://seller-id.tokopedia.com/university/essay?knowledge_id=5833735817053953.

Shop, Tokopedia Tiktok. “Cara Mendaftar Menjadi Kreator Afiliasi.” Accessed May 25, 2025. https://seller-id.tokopedia.com/university/essay?knowledge_id=6837812658128641.

Tiktok. “Pedoman Evaluasi Kinerja Kreator.” Accessed May 24, 2025. https://seller-id.tokopedia.com/university/essay?knowledge_id=6837732781442818.

Tiktok. “Persyaratan Umum Untuk Izin E-Commerce Kreator.” Accessed May 23, 2025. https://seller-id.tokopedia.com/university/essay?knowledge_id=8818745439487745.

Sinaga, Niru Anita. “Keselarasan Asas-Asas Hukum Perjanjian Untuk Mewujudkan Keadilan Bagi Para Pihak Dalam Suatu Perjanjian.” *Mitra Manajemen*, 2020, 90.

Subekti. *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Intermasa, n.d.

Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014.

Suryanatha, I B. “Studi Kasus Tik-Tok Affiliate Sebagai Wajah Baru Consumer To Consumer (C2C) Dalam Ranah Ekonomi Digital.” *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi* 6 (2023): 374–85. <http://jurnal.stkipbima.ac.id/index.php/ES/article/view/1356%0Ahttp://jurnal.stkipbima.ac.id/index.php/ES/article/download/1356/736>.

Sutandi, Michelle, Achmad Fauzi, Leo Caesar, Nabella Natasya Putri, Devina Shava Viola, Ocktaviany Rhamadina, Isma Putri, and Zahran Abrar. “Analisis Peran Affiliate Marketing Dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan

(Literatur Review Jurnal).” *Dinasti Review* 5, no. 3 (2024): 197–207.
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.

Syahmin. *Hukum Perjanjian Internasional*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006, n.d.

Tarmudi, Alex Adam. “Aspek Hukum Wanprestasi Pada Perjanjian Jual Beli Menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.” *Jurnal Hukum* 1, no. 2 (2020): 5–24.

Tiktok. “Marketing Afiliasi.” Accessed May 28, 2025.
<https://seller.tiktokglobalshop.com/business/id/creator>.

“TikTok Shop.” Accessed January 20, 2025.
<https://shop.tiktok.com/business/zh/affiliate>.

Tjitrosudibio, Subekti dan. *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*. Jakarta: Pradnya Paramita, 2003, n.d.

Tokopedia, Shop. “Menghubungkan Kreator Dan Penjual Melalui Komisi Dan Kreativitas,” 2025. <https://seller.tiktokglobalshop.com/business/id/affiliate>.

Tiktok. “Shop Tokopedia Academy,” 2025. https://seller-id.tokopedia.com/university/essay?role=1&knowledge_id=5833735817053953&from=other&article_type=agreement&identity=1.

Tokopedia, Tiktok Shop. “Aturan Komisi.” Accessed May 26, 2025. https://seller-id.tokopedia.com/university/essay?knowledge_id=6837819452671746.

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, n.d.

Wiryawan, David Herianto Sinaga dan I Wayan. “Keabsahan Kontrak Elektronik (E-Contract) Dalam Perjanjian Bisnis.” *Kertha Semaya* 8, no. 9 (2020): 138.