

Jual Beli Dalam Praktek Affiliate Marketing Pada E-Commerce Perspektif Akuntansi Syariah (Studi Kasus Pada Perusahaan Shopee Indonesia)

Wahyuni^{1✉} Muhammad Su'un^{2✉} Andika Pramukti^{3✉}

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muslim Indonesia

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan bertujuan untuk menelaah bagaimana jual beli dalam praktek Affiliate Marketing pada e-commerce Shopee berdasarkan perspektif Akuntansi Syariah. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Jenis data yang digunakan adalah data primer yaitu diperoleh secara langsung dari sumber aslinya seperti Al-Qur'an, hadist, ijma, dan wawancara dan data sekunder data sekunder diperoleh dari data laporan keuangan shopee untuk menganalisis pencatatan dan pengakuan penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Shopee mengakui pendapatannya dari transaksi jual beli melalui affiliate marketing dengan membebankan biaya komisi dengan tarif tetap kepada penjual berdasarkan harga atau nilai barang dagangan kotor di marketplace. Pengakuan pendapatan di SAK diatur dalam PSAK 72 yang sudah berlaku mulai tahun 2020.

Kata Kunci: *Jual Beli, Affiliate Marketing, dan Akuntansi Syariah.*

Abstract

This research was conducted with the aim of examining how buying and selling in Affiliate Marketing practices in Shopee e-commerce based on a Sharia Accounting perspective. The method used is descriptive qualitative with a case study approach. The type of data used is primary data, which is obtained directly from the original sources such as the Qur'an, hadith, ijma, and interviews and secondary data secondary data obtained from shopee's financial statement data to analyze the recording and recognition of sales. The results showed that Shopee recognizes its revenue from buying and selling transactions through affiliate marketing by charging commission fees at a fixed rate to sellers based on the price or gross merchandise value in the marketplace. Revenue recognition in SAK is regulated in PSAK 72 which is already in effect starting in 2020.

Keywords: *Sale Buy, Affiliate Marketing, and Sharia Accounting.*

Copyright (c) 2019 Nama Penulis

✉ Corresponding author :

Email Address : email wahyuni@gmail.com, muh.suun@umi.ac.id, andika.pramukti@umi.ac.id

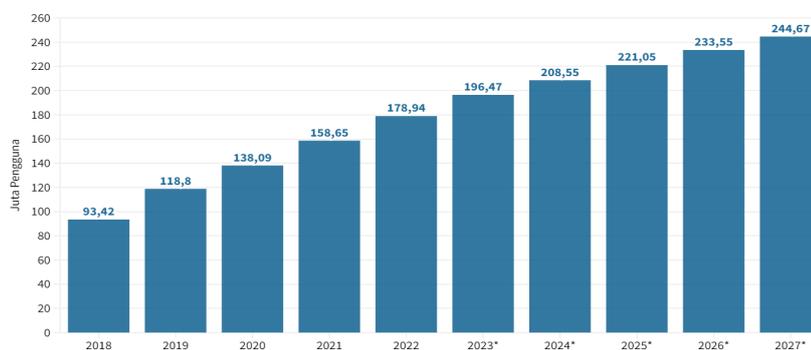
PENDAHULUAN

Gempuran revolusi industri 4.0 membawa perubahan yang cukup besar bagi perkembangan teknologi dan peradaban dimuka bumi. Perkembangan teknologi seperti

ujung tombak atas munculnya berbagai perubahan yang ada. Dunia seakan tidak bersekat, jarak yang jauh seakan lenyap, bersama hadirnya teknologi membawa banyak aspek kemudahan yang ditawarkan. Tidak ada pilihan lain bagi pelaku industri selain mengikuti perkembangan yang ada. Perubahan yang terjadi saat ini memaksa pelaku usaha untuk dapat mengikuti trend. Digitalisasi di semua sektor harus dilakukan jika ingin tetap bertahan di tengah era global. Dampak perkembangan teknologi merambah hingga ke Indonesia. Hal ini ditandai dengan semakin menjamurnya bisnis e-commerce sebagai bagian dari perkembangan teknologi. E-commerce telah merevolusi perilaku penjual dan pembeli dalam bertransaksi, dimulai dari menawarkan barang, memasarkan hingga melakukan transaksi. Semua dilakukan tanpa batas waktu dan jarak dan dilakukan tanpa perlu bertatap muka secara langsung. Salah satu manfaat dari teknologi ini dapat memudahkan pekerjaan manusia dari segi tenaga, biaya maupun waktu (Sunjaya & Priyanto, 2020). Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang meluncurkan hasil survey “Profil Pengguna dan Tren Internet Indonesia 2023”, mengenai bentuk promosi yang dilakukan para UMKM melalui media internet dan platform e-commerce, sebanyak 80% melakukan promosi melalui media internet. (Survei Internet APJII, 2023) Penggunaan internet banyak dilakukan oleh generasi milenial. Salah satu ciri generasi milenial ialah mereka yang sangat paham dunia digital atau pengguna terbesar dunia media sosial dan fintech.

E-commerce adalah perdagangan secara elektronik atau secara online yang memanfaatkan fasilitas internet dimana terdapat website atau aplikasi yang dapat menyediakan layanan dan memberikan kemudahan kepada kedua belah pihak yang melakukan jual beli. E-commerce memiliki banyak manfaat dan keunggulan salah satunya adalah membantu dan mengurangi tahapan dalam kegiatan marketing dan juga sekaligus memangkas biaya-biaya operasional dalam kegiatan perdagangan. Menurut Laudon & Laudon (2014) Konsep utama e-commerce, yaitu menciptakan pasar digital di mana jutaan manusia di seluruh dunia bisa bertukar informasi dalam jumlah yang besar secara langsung, instan, dan gratis. E-commerce akibatnya internet telah mengubah cara perusahaan dalam menjalankan bisnisnya dan dalam memperluas jangkauan globalnya.

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna E-Commerce di Indonesia (2018-2027*)



Sumber: Data Indonesia (2023)

Berdasarkan data Statista Market Insights, jumlah pengguna e-commerce di Indonesia mencapai 178,94 juta orang pada 2022. Jumlah tersebut meningkat 12,79% dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebanyak 158,65 juta pengguna. Melihat trennya, pengguna e-commerce Indonesia terpantau terus meningkat. Jumlahnya diproyeksikan mencapai 196,47 juta pengguna hingga akhir 2023. Tren kenaikan jumlah

pengguna e-commerce ini diprediksi masih terus terjadi hingga empat tahun kedepan. Dari hasil data yang telah disajikan oleh Bank Indonesia (BI), nilai transaksi e-commerce Indonesia mencapai Rp489 triliun pada tahun 2022. kondisi normal, transaksi e-commerce setiap bulannya bisa mencapai Rp40-50 triliun. Sampai November 2022 nilai transaksi e-commerce sudah mencapai Rp405 triliun. Pengaturan mengenai e-commerce, terdapat dalam Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 dan telah diubah menjadi Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), selanjutnya terdapat pengaturan lain dalam Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan mengatur dasar perdagangan secara elektronik, dalam melaksanakan transaksi elektronik berupa media online, syarat wajib yang harus diperhatikan adalah penjual barang atau jasa harus mencantumkan informasi yang secara jujur, asli serta akurat kepada konsumen. serta Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik.

Ketatnya persaingan dalam industri e-commerce membuat manajemen perusahaan mencari cara untuk memenangkan pasar. Salah satu yang dapat dilakukan untuk memenangkan persaingan pasar adalah dengan menggunakan strategi promosi yang tepat sasaran. Berdasarkan data platform survey terpercaya Jajak pendapat, strategi promosi yang ditawarkan oleh pihak manajemen e-commerce memiliki kemiripan antara satu e-commerce dengan e-commerce lainnya. Hasil survey tersebut terkait dengan alasan konsumen memilih berbelanja pada e-commerce yaitu free delivery, lower price, offer promos/discounts, easy to use application, have a promo/discount code. Dapat disimpulkan bahwa konsumen e-commerce di Indonesia menyukai bentuk promosi berupa diskon, gratis ongkos kirim, dan harga yang kompetitif (lower price) serta kemudahan penggunaan aplikasi. Secara umum setiap e-commerce menawarkan strategi promosi yang sama. Maka akan menimbulkan biaya promosi yang perlu diperhatikan oleh pihak manajemen. Biaya promosi yang telah dikeluarkan dan strategi komunikasi yang tepat dan sesuai dengan target pasar karena apabila tidak ada perhitungan yang matang terkait dengan biaya promosi yang telah mereka keluarkan maka dalam jangka panjang tentu akan mengganggu kegiatan operasional dalam perusahaan dan tentu akan mengurangi pendapatan serta profit e-commerce tersebut. Kemudian Affiliate hadir dan dianggap sebagai salah satu strategi marketing yang menguntungkan e-commerce tanpa penambahan biaya promosi seperti diskon dan gratis ongkos kirim yang membutuhkan pembebanan biaya. Ada banyak strategi pemasaran yang telah berkembang dari waktu ke waktu. Dimulai dengan sistem pemasaran dengan menggunakan sistem Multi Level Marketing, Reseller, Dropship dan hingga sampai pada strategi pemasaran online yang sedang trending saat ini adalah Affiliate Marketing. Salah satu model bisnis yang cukup populer dan dapat dikatakan minim resiko yang menjadi perbincangan hangat sejak dimulainya pandemi. Tahun 2022 sistem Afiliasi disebut industri global multi dolar yang bernilai \$12 miliar, tiga kali lipat nilainya dari tahun 2015 (Influencer Marketing Hub, 2023). Menurut Prayitno (2008), Affiliate Marketing yaitu suatu sistem upah berbasis komisi yang diberikan oleh pemilik produk kepada seseorang yang berhasil mempromosikan produk kepada orang lain. Adapun sebutan untuk orang yang melakukan pengiklanan produk ini adalah Affiliator. Apabila Affiliator mampu mempengaruhi konsumen sehingga konsumen melakukan kunjungan pada sebuah website yang di iklankan, hingga pada tahap akhir konsumen melakukan sebuah transaksi pembelian berkat pengiklanan dari Affiliator, maka Affiliator akan mendapatkan sebuah komisi. Sederhananya, Affiliate marketing ini adalah

penawaran jasa pengiklanan yang dilakukan oleh seseorang untuk membantu memasarkan produk yang apabila sampai pada tahap transaksi maka akan mendapatkan komisi. Perkembangan affiliate marketing ini bermula ketika perusahaan telah memprediksi kemungkinan akan terjadinya perkembangan sistem pemasaran dengan bentuk yang lebih simpel yakni dengan cara saling menjalin mitra dengan perusahaan lain, baik didalam bisnis secara tradisional yang mempertemukan langsung antara penjual dan pembeli maupun bisnis yang dilakukan dengan cara digital. Menurut Ivkovic & Milanov (2010) Inilah yang menjadi sebab sebuah perusahaan memanfaatkan hubungan afiliasi, sehingga dengan adanya hubungan afiliasi perusahaan dapat untuk membuktikan strategi afiliasi merupakan konsepsi sistem pemasaran yang jauh lebih efektif dan mudah untuk diterapkan bagi perusahaan dan bagi mereka yang telah menjadi rekan bisnis yang dimanfaatkan jasanya. Saling memberikan keuntungan merupakan konsep yang ditawarkan dari affiliate marketing ini. Bagi penjual, mereka tak perlu memasarkan produk yang mereka jual ke khalayak ramai karena dengan memanfaatkan jasa para affiliorator jangkauan pengiklanan produk mereka dapat tersebar jauh lebih luas dan membawa lebih banyak keuntungan bagi para penjual. Sementara itu, para affiliorator juga sama akan mendapatkan sebuah keuntungan berupa komisi. Motivasi didefinisikan sebagai ilmu untuk memahami prediktor atau dorongan seseorang untuk bekerja mengejar tujuan atau hasil tertentu (Mangkunegara, 2017). Ini relevan untuk semua manusia tetapi sangat penting dan krusial untuk konteks bisnis. Komisi yang terbilang tinggi dengan hanya memanfaatkan internet dapat menjadi motivasi affiliorator. Affiliate marketing bahkan berpotensi menjadi penghasilan utama dengan angka fantastis di era digitalisasi ini.

Situs Similarweb menunjukkan data jumlah pengunjung beberapa aplikasi e-commerce di Indonesia. Pada kuartal III 2023 shopee merupakan e-commerce dengan jumlah kunjungan situs terbanyak di Indonesia. Pada September 2023 situs Shopee tercatat menerima 237 juta kunjungan, melesat sekitar 38% dibanding posisi awal tahun, pertumbuhan pengunjung Shopee jauh melampaui para pesaingnya, yaitu Tokopedia, Lazada, Blibli, dan Bukalapak. Dalam periode yang sama, situs Tokopedia meraih rata-rata 88,9 juta kunjungan, Lazada 47,7 juta kunjungan, BliBli 28,9 juta kunjungan, dan Bukalapak 11,2 juta kunjungan. Shopee merupakan perusahaan berbasis bisnis e-commerce yang berada di bawah perusahaan SEA Group. SEA Group merupakan sebuah perusahaan internet di Asia Tenggara yang menjalankan bisnis C2C (customer to customer) mobile marketplace. Shopee resmi diluncurkan di Singapura pada tahun 2015 yang diikuti dengan negara-negara tetangga lainnya, seperti Indonesia, Filipina, Malaysia, Vietnam, Thailand, dan Taiwan. Shopee juga memperluas pemasarannya dengan membuat program afiliasi dengan membuka Shopee affiliate program untuk setiap orang yang ingin mendaftar menjadi affiliorator. Program ini dibuat untuk menambah penjualan pada shopee. Melalui program ini, pelaku afiliasi akan memasang iklan atau konten produk Shopee pada website atau media sosial mereka. Sistem yang digunakan Shopee yaitu menggunakan pay per sale atau mekanisme pemberian upah kepada affiliorator jika berhasil melakukan penjualan. Namun dalam segi pencatatan penjualan melalui affiliate marketing pada shopee belum jelas apakah upah setiap penjualan yang diberikan kepada affiliorator dibebankan kepada penjual di shopee atau masuk kedalam biaya promosi e-commerce Shopee, karena e-commerce juga turut andil dalam mendapatkan keuntungan ketika terjadi penjualan misalnya seperti biaya admin dan ketika aplikasi banyak dikunjungi. Islam sebagai agama

universal yang tidak lekang oleh zaman untuk mengatur akidah, syariah dan akhlak secara komprehensif, hadir menjadi pedoman bagi setiap muslim untuk melakukan kegiatan transaksi bisnis e-commerce. Ditinjau dari perspektif Syariah, transaksi barang dan jasa melalui e-commerce termasuk kategori muamalah di bidang perdagangan atau bisnis, menggambarkan suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dengan orang lain atau dengan beberapa orang untuk memenuhi kebutuhan masing-masing. Dalam bertransaksi secara online perlu dilakukan dengan kehati-hatian karena penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung sehingga seringkali terjadi gharar baik penjual maupun pembeli. Islam mengajarkan juga dalam ayat-ayat Alquran untuk memajukan dan mengembangkan pengetahuan dan teknologi dalam membangun peradaban tapi tetap memperhatikan aspek lingkungan.

Dalam islam pencatatan transaksi keuangan sangat diperhatikan, hal ini menjadi landasan utama dalam lahirnya akuntansi syariah. Pada pelaksanaannya akuntansi syariah berpegang pada hukum yang diatur dalam Al-Qur'an dan Sunnah. Hal ini tentu saja berkaitan dengan syariat islam yang berlaku, maka dari itu akuntansi akan tetap mempunyai peranan dalam perekonomian. Akuntansi dalam islam ditempatkan sebagai domain muamalah, yaitu adalah wadah bagi manusia untuk mengembangkan keilmuannya. Hal ini berlandaskan pada Al-Qur'an dan Al-Hadist bahwasanya semua muamalah dapat dilakukan kecuali sudah dilarang secara mutlak. Maka akuntansi islam dikembangkan berdasar pada pikiran manusia dan tetap memperhatikan hukum-hukum Allah SWT. Menurut PSAK 103 salam dikeluarkan oleh Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia (DSAK IAI) pada 27 Juni 2007 merupakan akad jual beli barang pesanan (muslam fihi) dengan pengiriman di kemudian hari oleh penjual (muslam illaihi) dan pelunasannya dilakukan oleh pembeli pada saat akad disepakati sesuai dengan syarat-syarat tertentu. Menurut Muhammad Syafi'i Antoni (2002:108) Ba'i 'as-Salam berarti pembelian barang yang dikirim di kemudian hari, sementara pembayaran dilakukan terlebih dahulu. Sehingga akuntansi syariah Ba'i 'as-Salam adalah sistem jual beli yang sesuai dengan transaksi e-commerce. Dalam penelitian Eko Sudarmanto yang membahas tentang Komparasi Transaksi E-Commerce Pada Akuntansi Konvensional Dan Akuntansi Syariah ditemukan bahwa perlakuan akuntansi antara sistem konvensional dan Syariah terdapat beberapa perbedaan. Akuntansi Syariah Bai' as-Salam adalah sistem akuntansi jual beli yang paling sesuai untuk transaksi e-commerce. Namun dalam penelitian ini tidak dijelaskan bagaimana perlakuan akuntansi jika transaksi e-commerce terjadi melalui affiliate marketing dalam perspektif akuntansi syariah. Transaksi e-commerce melalui affiliate marketing adalah suatu transaksi yang dilakukan melalui alat telekomunikasi yang dalam ketentuan fiqh tidak dijelaskan sehingga praktek affiliate marketing perlu dicari persamaannya atau qiyasnya dengan konsep muamalah di dalam fiqh agar mudah menentukan hukum dan perlakuan akuntansi. Kedudukan suatu akad dalam suatu transaksi menempati tempat yang krusial sebagai salah satu syarat yang menentukan diperbolehkan atau tidaknya transaksi bermuamalah. Karena itu, dalam bisnis marketingpun harus memperhatikan kedudukan dalam akad. Berdasarkan pada penjabaran diatas maka peneliti menemukan keterbatasan dalam membahas praktek affiliate marketing pada e-commerce perspektif akuntansi syariah, maka peneliti bertujuan untuk menelaah terkait bagaimana praktek affiliate marketing perspektif akuntansi syariah. Maka dari itu berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang

bagaimana “Jual Beli dalam Praktek Affiliate Marketing pada E-Commerce Perspektif Akuntansi Syariah (Studi Kasus pada Perusahaan Shopee Indonesia”.

METODOLOGI

Metode penelitian adalah strategi umum yang dianut dalam pengumpulan data dan analisis data yang diperlukan, guna menjawab persoalan yang sedang diselidiki atau diteliti. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada obyek yang alamiah, peneliti sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis yang bersifat induktif dan hasil kualitatif lebih menekankan kepada makna daripada generalisasi. Penelitian kualitatif digunakan untuk memahami dan menggali lebih dalam mengenai transaksi Jual Beli melalui Affiliate Marketing di e-commerce shopee Perspektif Akuntansi Syariah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Menurut Moleong dalam Pahleviannur dkk., pendekatan deskriptif kualitatif yaitu pendekatan penelitian dimana data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar-gambar dan bukan angka. Data-data tersebut dapat diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, foto, video tape, dokumentasi pribadi, catatan, atau memo dan dokumentasi lainnya.

Informan Penelitian

Informan merupakan orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi penelitian. Informan yang diperlukan dalam penelitian ini terbagi dua yaitu informan utama dan informan tambahan. Informan utama yaitu mereka yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian. Pihak yang dijadikan Informan utama, yaitu penjual kategori Star Seller yang berkolaborasi atau bermitra dengan mitra affiliate shopee yaitu Toko Naulia Hijab, Toko Heijab.id, dan Me Store Indonesia. Pihak yang dijadikan informan tambahan yaitu pelaku shopee affiliate program dengan username Instagram @aulia.rsyarif, @restianna66 dan username tiktok @lia_lestari29.

Jenis dan Sumber Data

Data merupakan bagian penting dalam penelitian karena digunakan untuk menjawab pertanyaan dalam suatu penelitian serta sebagai sumber dalam mencapai tujuan penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah:

Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan yang diperoleh dari hasil wawancara. Sumber data utama dalam penelitian ini yaitu diperoleh secara langsung dari sumber aslinya seperti Al-Qur'an, hadist, ijma, dan wawancara. Data primer juga diperoleh dari website resmi Shopee.id dan pengguna shopee yaitu penjual yang telah mendapatkan gelar star seller serta pelaku affiliate marketer/affiliator.

Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari data laporan keuangan shopee untuk menganalisis pencatatan dan pengakuan penjualan melalui affiliate marketing. Data

laporan keuangan penjual star seller yang terdaftar menggunakan jasa program affiliate shopee. Dalam penelitian ini juga menggunakan data yaitu buku-buku yang mendukung untuk melengkapi dari sumber data primer. Dalam hal ini, sumber data sekunder berupa buku-buku dan literatur-literatur yang relevan dengan penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa metode dalam mengumpulkan data, sebagai berikut:

Observasi

Observasi yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui sebuah pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku obyek sasaran. Cara melakukan pengumpulan data dengan metode observasi dengan mengamati secara langsung terhadap obyek yang diteliti. Dalam penelitian ini peneliti mengamati secara langsung kegiatan bisnis affiliate marketing pengguna shopee affiliate. Pengamatan merupakan salah satu alat penting untuk pengumpulan data dalam penelitian kualitatif. Mengamati berarti memperhatikan fenomena di lapangan melalui kelima indera peneliti.

Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono,2010). Dengan wawancara, peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi.

Dokumentasi

Pengumpulan data melalui dokumentasi diperlukan seperangkat alat atau instrument yang memandu untuk pengambilan data-data dokumen. Pengumpulan data dilakukan oleh peneliti dengan menelaah dokumen yang berkaitan dengan transaksi melalui affiliate marketing dishopee perspektif Akuntansi Syariah.

Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis dan diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sidiq,2019).

1. Analisa data, Analisa data yang digunakan dalam pembahasan ini menggunakan analisa kualitatif, melalui metode deskriptif yaitu usaha mengumpulkan dan menyusun suatu data, kemudian dilakukan analisis dan interpretasi terhadap data tersebut.
2. Penyajian data, Setelah data di reduksi, langkah analisis selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data merupakan sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data diarahkan agar data hasil reduksi terorganisaikan, tersusun dalam pola hubungan sehingga makin mudah dipahami. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian naratif, bagan, hubungan antar kategori serta diagram alur. Penyajian data dalam bentuk tersebut mempermudah peneliti dalam memahami apa yang terjadi. Pada langkah ini, peneliti berusaha menyusun data yang relevan sehingga informasi

yang didapat disimpulkan dan memiliki makna tertentu untuk menjawab masalah penelitian.

3. Penarikan kesimpulan, Tahap ini merupakan tahap penarikan kesimpulan dari semua data yang telah diperoleh sebagai hasil dari penelitian. Penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah usaha untuk mencari atau memahami makna/arti, keteraturan, pola-pola, penjelasan, alur sebab akibat atau proposisi. Sebelum melakukan penarikan kesimpulan terlebih dahulu dilakukan reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan atau verifikasi dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. Sesuai dengan pendapat Miles dan Huberman, proses analisis tidak sekali jadi, melainkan interaktif, secara bolak-balik diantara kegiatan reduksi, penyajian dan penarikan kesimpulan atau verifikasi selama waktu penelitian. Setelah melakukan verifikasi maka dapat ditarik kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang disajikan dalam bentuk narasi. Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dari kegiatan analisis data. Penarikan kesimpulan ini merupakan tahap akhir dari pengolahan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengakuan dan Pencatatan transaksi Jual Beli melalui Affiliate Marketing pada Shopee Perspektif Akuntansi Syariah

Affiliate marketing merupakan kegiatan yang tergolong ke dalam bentuk muamalah. Dalam kaidah fiqh, menegaskan bahwa dalam bermuamalah segala sesuatu itu boleh dilakukan kecuali ada dalil yang melarangnya. Semua bentuk transaksi dan kegiatan muamalah telah diatur dalam Islam. Kerjasama bisnis afiliasi yang dilakukan pada platform Shopee diterapkan identik dengan akad muamalah dalam islam yaitu wakalah bil ujah.

Wakalah merupakan isim masdar yang secara etimologi bermakna taukil yaitu menyerahkan/mewakilkkan dan menjaga. Wakalah disebut juga al-wikalah berarti al-tafwid berarti penyerahan, mewakilkkan, pendelegasian, pemberian mandat dan pemberian kuasa (Nahrawi, 2021). Sedangkan dalam kitab Al Fiqh 'ala Mazahiib Al Ar Ba'ah menurut ulama syafi'iyah wakalah adalah "suatu ibarat seseorang menyerahkan sesuatu kepada yang lain untuk dikerjakan ketika dia hidup" (Abdurrahman, 2003). Sedangkan Ujrah pada pelaksanaan wakalah merupakan suatu imbalan (fee) yang diberikan oleh pihak yang diwakilkkan kepada yang mewakilkkan. Wakalah dan wakilah berarti penyerahan, pendelegasian atau pemberian mandat dengan menunjuk seseorang mewakilinya dalam hal melakukan sesuatu secara sukarela atau dengan memberikan imbalan berupa Ujrah (upah) (Abdulah, 2011). Dengan demikian penggabungan akad Wakalah Bil Ujrah bisa didefinisikan perikatan antara dua belah pihak pemberi kuasa (muwakil) yang memberikan kuasanya kepada (wakil), dimana wakil mewakili untuk mengerjakan sesuatu dengan memberikan Ujrah (fee/upah) kepada wakil yang mengerjakan tugasnya. Akad Wakalah bil Ujrah pada asuransi syari'ah yang ditetapkan oleh fatwa Ulama dapat digunakan untuk menganalisis Wakalah bil Ujrah pada e-commerce Shopee,

Dasar hukum akad wakalah telah tertulis dalam beberapa dalil salah satunya adalah empat ayat al-Qur'an, tiga buah hadist, ijma dan satu buah kaidah fikih yang dapat dijadikan argumen.

1. Al-Qur'an

Empat ayat al-Qur'an yang dijadikan argumen adalah: pertama, QS. al-Kahfi (18): 19, mengenai permintaan pemuda ashabul kahfi yang satu kepada yang lain untuk

membelanjakan uang perak. Kedua, QS. Yusuf (12):55 mengenai permintaan Yusuf as kepada raja agar berkenan untuk menjadikannya sebagai bendaharawan negara Mesir, ketiga, QS. al-Baqarah (2): 238 tentang perintah untuk menunaikan amanat dan bertakwa kepada-Nya, dan keempat, QS. Al-Ma'idah (5): 2 tentang perintah agar saling menolong dalam kebaikan dan tidak saling menolong dalam melakukan pelanggaran dan kejahatan.

QS. Yusuf ayat 55 :

قَالَ اجْعَلْنِي عَلَى خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلَيْمَّ

Artinya: "Berkatalah Yusuf: Jadikanlah Aku bendaharawan negara (Mesir). Sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga lagi berpengetahuan."

2. Al-Hadist

Tiga buah hadis sebagai dalil adalah: pertama, hadis Riwayat Imam Malik dalam kitab al-Muwaththa' tentang pengutusan Abu Rafi' oleh Rasulullah SAW untuk mewakilinya dalam penerimaan (qabul) atas pernikahan Rasulullah dengan Maimunah ra, kedua, hadis Riwayat imam Bukhari dari Abu Hurairah tentang orang yang terbaik adalah yang paling baik dalam membayar utang, dan ketiga, hadis Riwayat imam al-Tirmidzi dari 'Amr Ibn Auf tentang anjuran untuk melakukan perdamaian. HR. Malik dalam al-Muwaththa' :

artinya: "bahwasanya menjadi wakil Rasulullah SAW Abu Rafi' dan seorang Anshar untuk mewakilinya untuk mengawinkan (qabul perkawinan Nabi dengan) dengan Maimunah binti al-Harits."

3. Ijma'

Ijma' sahabat tentang kebolehan melakukan wakalah dan bahkan sahabat menganggapnya sebagai perbuatan sunah karena sahabat menganggapnya sebagai salah satu jenis ta'awwun (saling menolong) dalam kebaikan dan takwa. Sedangkan kaidah fikih yang dijadikan dalil adalah kaidah tentang hukum pokok dalam bermu'amalah, yaitu boleh, selama tidak ada dalil yang melarang dan mengharamkannya.

4. Dasar qiyas

Bahwa kebutuhan manusia menuntut adanya wakalah karena tidak setiap orang mampu menyelesaikan urusan sendiri secara langsung yang membutuhkan orang lain untuk menggantikannya sebagai wakil. Syarat sahnya akad muamalah dalam Islam yaitu terletak pada terpenuhinya rukun dan syarat akad. Berpedoman pada Fatwa MUI No:10/DSN-MUI/IV/2000 tentang Akad Wakalah (Fatwa DSN MUI Tentang Wakalah, 2020). Dalam Transaksi Shopee Affiliate Program jika ditinjau berdasarkan rukun akad Wakalah Bil Ujroh pada sistem afiliasi ini memunculkan subjek hukum sebagai berikut:

1. Pemberi kuasa (Muwakkil), pemberi kuasa dalam program afiliasi shopee ini adalah merchant/pemilik toko online. Pemilik toko online di sini adalah akun seller yang telah menjalani verifikasi dan memenuhi persyaratan yang telah ditentukan oleh pihak aplikasi Shopee. Penjual adalah pemilik asli dari barang yang diperjualbelikan yang mana mereka telah mempublish gambar produk yang telah dicantumkan harga dan keterangannya.
2. Wakil, Orang yang bertindak sebagai wakil pada kerjasama afiliasi ini adalah pemasar/afiliasi yang menjadi perantara penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi secara online. Pada umumnya pihak yang menjadi wakil merupakan seorang manusia yang diberi amanah untuk memenuhi suatu pekerjaan. Syarat sebagai wakil adalah berakal. Selain berakal syarat sebagai wakil adalah bertindak sebagai orang yang diwakili untuk menjalankan sebuah amanah dengan baik dan jelas. Afiliasi diberikan

amanah untuk dapat mewakili melakukan promosi atau melakukan tujuan muwakkil dengan baik. Maka, penerapan akad wakalah bil Ujrah melalui affiliate marketing telah sesuai syariat sebagaimana yang telah ditetapkan oleh Majelis Ulama Indonesia.

3. Hal yang diwakilkan (Muwakkal fih), objek perwakilan ini adalah sebagaimana tugas pemasar yakni untuk menjualkan suatu produk yang terdapat pada toko online di platform Shopee.

Adapun syarat muwakkil fih ialah:

- 1) Suatu pekerjaan atau urusan yang digantikan kepada orang lain, selain pekerjaan ibadah seperti shalat, puasa dan membaca al- Qur'an.
- 2) Pekerjaan atau barang yang diwakilkan tersebut hak milik muwakkil. Apabila barang yang dijual tersebut bukan hak milik muwakkil maka akad wakalah ini batal.
- 3) Pekerjaan yang diwakilkan atau barang yang diwakilkan diketahui secara jelas, apabila sesuatu tersebut masih samar maka dihukumi batal.
- 4) Fee / Ujrah, Ujrah atau imbalan yang didapat oleh wakil dalam transaksi ini adalah komisi. Komisi didapatkan dari hasil penjualan barang.

Syarat dalam akad juga menentukan sah atau tidaknya akad, ketentuan-ketentuan yang harus dipenuhi dalam akad wakalah bil ujroh pada transaksi Shopee Affiliate Program adalah sebagai berikut :

1. Orang yang berakad (Aqidain)

Syarat dan Ketentuan bagi orang yang berakad adalah sebagai berikut :

- a. Affiliate markerter / pemasar produk (wakil) dan merchant / pemilik produk pada toko online (muwakkil) wajib cakap hukum.
 - b. Merchant / pemilik produk pada toko online (muwakkil) wajib memiliki kewenangan untuk memberikan kuasa kepada orang lain.
 - c. Merchant / pemilik produk pada toko online (muwakkil) wajib berkemampuan untuk memberi ujrah atau dalam program ini telah menyetujui kerjasama affiliate antara toko online dan Shopee sebagai Affiliation Network.
 - d. Affiliate markerter / pemasar produk (wakil) memiliki kemampuan untuk melaksanakan tugas.
2. Objek Perikatan (Muwakkal Fih)
 - a. Objek perikatan hanya boleh dilakukan pada kegiatan atau perbuatan hukum yang boleh diwakalahkan
 - b. Objek wakalah harus berupa pekerjaan atau perbuatan tertentu yang diketahui jelas oleh Affiliate Markerter /Pemasar Produk (Wakil).
 3. Ujrah atau fee
 - a. Ujrah boleh berupa uang atau barang yang bisa dimanfaatkan menurut syariah.
 - b. Kuantitas dan Kualitas Ujroh harus jelas
 - c. Ujroh boleh dibayar secara tunai, angsur atau bertahap dan tangguh sesuai dengan syariah dan perundang-undangan.

Dalam akad ini penjual sebagai muwakkil (pemberi kuasa) untuk memasarkan produk jualannya melalui jasa affiliator (wakil). Adapun ketentuan berdasarkan fatwa MUI No: 113/DSN- MUI/IX/2017 akad wakalah bil Ujrah boleh dilakukan secara lisan, tertulis, isyarat, dan perbuatan/tindakan, serta dapat dilakukan secara elektronik sesuai syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Sighat ijab Qabul, dalam pelaksanaan wakalah tidak disyaratkan pengucapan atau lafadz tertentu. Wakalah dapat dilakukan

sebagai salah satu bentuk bantuan muwakkil kepada wakil. Adapun sighat yang berlaku pada akad wakalah bil Ujrah ini adalah affialitor dan penjual telah menyetujui ketentuan dan syarat yang berlaku dan telah diterapkan. Proses sighat tersebut terjadi pada saat proses pendaftaran sebagai affiliator dan sebagai akun seller yang bermitra dengan affiliator dengan mengisi informasi penting yang dibutuhkan.

Sighat yaitu melafadzkan sebuah akad yang diiringi keridhoan dari muwakkil, yang diterima oleh wakil. Dalam sighat qabul akad ini wakil tidak disyaratkan berucap qabul tetap dikatakan sah. Sighat dapat diartikan sebagai ungkapan yang menunjukkan kesepakatan dua pihak melalui kontrak atau akad. Dapat berupa ucapan, tindakan, isyarat dan lainnya. Seperti sighat yang telah dilakukan muwakkil dan wakil, muwakkil melakukan pendaftaran sebagai seller yang bermitra dengan affiliator dan affiliator mendaftar dan menyetujui segala ketentuan yang ada.

Dalam laman syarat dan ketentuan Shopee Affiliate Program memuat rincian fee dan biaya apa saja yang harus dipelajari dengan baik-baik oleh muwakkil. Sebab hal ini dapat mempengaruhi pendapatan muwakkil, keuntungan muwakkil, dan memilih program yang sesuai target pasaran muwakkil. Sehingga akad wakalah ini dapat dipraktikkan sesuai hukum syariah yang telah ditetapkan. Ujrah adalah imbalan yang wajib ditunaikan atas jasa yang dilakukan oleh wakil. Pada kesepakatan akad wakalah bil Ujrah harus dinyatakan secara tegas dan jelas serta dimengerti baik oleh wakil maupun muwakkil. Adapun ketentuan ujrah menurut fatwa ulama dapat berupa uang atau barang yang boleh dimanfaatkan menurut syariah (*mutaqawwam*). Kuantitas atau kualitas ujrah harus jelas, baik berupa angka nominal, prosentase tertentu, atau rumus yang disepakati dan diketahui oleh para pihak yang melakukan akad. Ujrah dapat dibayar secara tunai, angsur/bertahap, dan tanggung sesuai dengan syariah, kesepakatan, dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dan ujrah yang telah disepakati dapat ditinjau ulang atas manfaat yang akan diperoleh oleh muwakkil.

Pencatatan Akuntansi Wakalah

Berikut adalah jurnal pencatatan akuntansi akad wakalah:

Penerima kuasa/ wakil

a. Saat imbalan tunai diterima

Kas		xxx	
	Pendapatan Wakalah		xxx

b. Saat pendapatan diterima dimuka

Kas		xxx	
	Pendapatan Wakalah Diterima Dimuka		xxx

c. Saat akhir periode pendapatan diakui

Pendapatan Wakalah Diterima Dimuka		xxx	
	Kas		xxx

d. Pemberi Kuasa/Muwakkil

Beban Wakalah		xxx	
	Kas		xxx

Ketentuan khusus dalam hal akad *wakalah bil Ujrah* diterapkan pada kegiatan usaha perasuransian syariah. terdapat pada fatwa DSN-MUI Nomor 52/DSN-MUI/III/2006

tentang akad *wakalah bil Ujrah* pada asuransi syariah dan reasuransi syariah.¹ Dan diatur dalam PSAK 108 tentang Akuntansi Transaksi Asuransi Syariah. Menimbang kegiatan *wakalah bil Ujrah* untuk asuransi, yaitu peserta memberikan kuasa kepada perusahaan asuransi dengan imbalan berupa ujarah (*fee*). Dewan Syariah Nasional menetapkan bahwa fatwa tentang *wakalah bil Ujrah* mengacu pada sepuluh pedoman Firman Allah SWT, yang tertuang pada QS. al-Nisa' 4: 9, QS. al-Hasyr 59 : 18, QS. al-Taubah 9: 60, QS. al-Kahf 18: 19, QS. Yusuf 12: 55, QS. al-Nisa' 4: 58, QS. al-Nisa' 4: 35, QS. al-Maidah 5: 2, QS. al-Maidah 5: 1, QS. al-Nisa' 4: 29.

Dari dalil naqli di atas yang menjadi pertimbangan fatwa DSN MUI tentang *wakalah* pada asuransi Syariah sebagaimana kegiatan pemasaran produk jualan *muwakkil* melalui *affiliator* Shopee memerlukan fatwa tentang *ujrah* untuk asuransi, yaitu bentuk akad *wakalah* bagi peserta memberikan kuasa kepada wakil dengan menunaikan imbalan atau pemberian *ujrah* (*fee*). Walaupun kegiatan akad *wakalah bil Ujrah* yang tertuang dalam al- Quran tidak menyatakan secara gamblang bagaimana pola transaksi jual beli antara penjual dan pembeli melalui *affiliate marketing* namun al-Quran telah mengatur hukum ekonomi Syariah yang relevan dengan pola ekonomi modern, seperti pola layanan C2C e-commerce consumer to consumer. Suatu transaksi secara elektronik, antar individu maupun melalui pihak ketiga.

Ketentuan Affiliate Marketing berdasarkan prinsip-prinsip Syariah

Dalam hukum Islam, jual beli melalui perantara dikategorikan dalam akad *wakalah*. Akad ini merupakan bentuk akad antara penjual dengan *affiliator*/pemasar di Shopee, yang mana *affiliator* menjadi perantara dalam transaksi jual beli. Sedangkan penjual menjadi *muwakkil*, orang yang mewakilkan atau pemilik produk jualan. Berdasarkan dari hadis Riwayat Bukhari menunjukkan bahwa suatu pekerjaan membutuhkan perwakilan dari seorang wakil untuk mewujudkan kestabilan suatu pekerjaan. Sebagaimana Lembaga amal zakat memerlukan seorang *amil* (petugas) untuk mengatur dan mengelola harta muzakki dengan baik dan terstruktur. Artinya; "Diriwayatkan dai Abu Humaid al-Sa'idi r.a., ia berkata: Rasulullah S.A.W. mengangkat seorang laki-laki dari suku Asd bernama Ibn Lutbiyah sebagai *amil* (petugas) untuk menarik zakat dari Bani Sulaim; ketika pulang (dari tugas tersebut), Rasulullah memeriksanya." (H.R. Bukhari). Merujuk pada kaidah fiqh muamalah yang berbunyi "Pada dasarnya, semua bentuk mu'amalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya". Bentuk mu'amalah dalam transaksi online e-commerce melalui perantara *affiliator*/pemasar di Shopee telah sesuai standar MUI yang berlaku. Sebagaimana implementasi akad *wakalah bil Ujrah* para *muwakkil* kepada pihak wakil relevan dengan dalil naqli, berupa 10 ayat al-Qur'an, 5 sabda Nabi Muhammad SAW, dan *ijma'* ulama lainnya. Melalui kaidah fiqh ini memberikan edukasi penjualan yang modern dan berlandaskan syariah.

Kaidah fiqh muamalah kedua yaitu muamalah dilakukan atas dasar kerelaan atau saling suka. Melihat banyaknya oknum yang menghalalkan segala cara untuk mendapatkan keuntungan tanpa memperhatikan apakah sudah sesuai dengan hukum syariah atau tidak. Mengingat sesuatu yang halal dan haram terlihat sangat tipis, sehingga segala sesuatu yang haram dapat dihalalkan dengan menafikan dalil. Untuk itu penting adanya *ijab* dan *qobul* dalam prosesnya, untuk mencapai rasa keridhaan antar pihak. Kaidah fiqh muamalah ketiga yaitu menghindari kemudharatan dan mengutamakan

¹ Fatwa DSN Majelis Ulama Indonesia No. 52/III/2006

kemaslahatan, mendatangkan masalah dan menolak mudharat merupakan roh dan semangat dalam prinsip hukum Islam, yang memang hal ini sudah ditetapkan dalam Al-Qur'an. Berdasarkan prinsip ini maka segala bentuk muamalah harus terhindar dari riba, gharar, maysir, dan hal-hal haram lainnya. Kaidah fiqh muamalah keempat yaitu memelihara unsur keadilan, segala bentuk penindasan sangat dilarang dalam Islam. Prinsip keadilan dalam Islam mewujudkan kehidupan yang seimbang baik kehidupan dunia dan akhirat, keduanya harus sama-sama dipelihara.

Mengacu pada lima ijma' ulama, berikut salah satu ijma' ulama yang berbunyi: "Akad taukil (wakalah) boleh dilakukan, baik dengan imbalan maupun tanpa imbalan. Hal itu karena Nabi shallallahu 'alaihi wa alihi wa sallam pernah mewakilkan kepada Unais untuk melaksanakan hukuman, kepada Urwah untuk membeli kambing, dan kepada Abu Rafi' untuk melakukan qabul nikah, (semuanya) tanpa memberi-kan imbalan. Nabi pernah juga mengutus para pegawainya untuk memungut sedekah (zakat) dan beliau memberikan imbalan kepada mereka." (Ibn Qudamah, al-Mughni, [Kairo: Dar al-Hadis, 2004], juz 6, h. 468). Kegiatan affiliate marketing dapat diqiyaskan dengan akad wakalah bil Ujrah dimana terdapat banyak kesamaan, berupa pengertian, rukun dan mekanismenya. Akad wakalah bil Ujrah pada Shopee ini boleh (mubah) dan sah, diperbolehkan secara hukum taklifi dan sah karena telah terpenuhinya rukun dan syarat. Mulai dari rukun, syarat, ketentuan dan perjanjian yang telah ditetapkan dalam akad wakalah bil Ujrah pada e-commerce Shopee sesuai dengan fatwa DSN MUI No. 52/DSN-MUI/III/2006 pedoman tentang Wakalah bil Ujrah pada Asuransi Syariah. Akad wakalah dapat diterapkan dengan imbalan atau tanpa imbalan. Namun para penjual yang ingin meningkatkan penjualan dapat mewakilkan produk jualannya dengan memasarkan melalui marketplace dengan bantuan affiliator.

SIMPULAN

Perusahaan shopee mengakui pendapatannya dari transaksi jual beli melalui affiliate marketing dengan membebankan biaya komisi dengan tarif tetap kepada penjual berdasarkan harga atau nilai barang dagangan kotor di pasar/marketplace. Perusahaan juga membebankan biaya iklan kepada penjual melalui layanan iklan berbayarnya di platform Shopee dan biaya administrasi. Pengakuan pendapatan di SAK, diatur dalam PSAK 72, yang sudah berlaku mulai tahun 2020. PSAK 72 merupakan standar akuntansi baru yang mengatur tentang pendapatan dari kontrak dengan pelanggan. Pencatatan pendapatan dari transaksi jual beli melalui Affiliate marketing pada PT. Shopee Indonesia diakui menggunakan metode cash basis dimana pendapatan diakui dan dicatat pada saat kas benar-benar diterima atau adanya penerimaan uang. Jual beli online dengan sistem affiliate marketing dapat diqiyaskan dengan akad wakalah bil Ujrah dimana terdapat banyak kesamaan, berupa pengertian, rukun dan mekanismenya. penerapan yang ditentukan dalam hukum syariah terdapat empat rukun, antara lain muwakkil, wakil, muwakkil fiih, dan shigat ijab qabul serta ujah yang harus ditunaikan pihak muwakkil. Selama akad dan ketentuan yang ada didalamnya tidak menyalahi ketentuan syariah, maka praktek jual beli maupun bisnis affiliate marketing tersebut diperbolehkan. Dalam praktik akad wakalah ini affiliator sebagai pelaku wakil, muwakkil fiih di sini berupa pekerjaan memasarkan barang atau produk melalui media sosial. Sedangkan shigat ijab qobul terhitung sah ketika affiliator berhasil melakukan tahapan-tahapan pendaftaran yang ditetapkan. Sedangkan jumlah kuantitas ujah yang ditunaikan oleh muwakkil harus sesuai kesepakatan dan peraturan perundang-undangan yang telah berlaku.

Referensi :

- Agung, M., Djunaidi, D., & Astutik, P. (2019). Pengaruh Kompensasi, Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Unit Pelaksana Teknis Dinas Pengelolaan Sumber Daya Air Kabupaten Nganjuk. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2(1), 85-100.
- Amriani, A., Mas'ud, M., & Amang, B. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Inklusi Keuangan Digital Pada Generasi Millennial di Kota Makassar. *Journal on Education*, 5(4), 15637-15651.
- Azizah, A. N. (2022). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Aplikasi Penghasil Uang Dalam Shopee Affiliates Program Pada Aplikasi Shopee (Doctoral Dissertation, Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta).
- Eapen, A., Yeo, J., & Pallathitta, R. G. (2017). Business group affiliation and FDI spillovers. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2017, No. 1, p. 15198). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.
- IR, A. F., Laekeng, M., & Nur, A. N. (2023). Pengaruh Perencanaan, Koordinasi dan Pengawasan Terhadap Kinerja Keuangan pada PT. Rapid Tirta Sejahtera di Makassar. *Tata Kelola*, 10(1), 01-15.
- Kotimah, S. (2023). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Komisi Dalam Program Tiktok Affiliate (Studi Penelitian Content Creator Tiktok Di Ponorogo) (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Muhamim, A. (2017). Analisis Strategi Affiliate Marketing Terhadap Tingkat Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Butik Zoya Cabang Kedaton Bandar Lampung) (Doctoral dissertation, IAIN Raden Intan Lampung).
- Musadi, C. R., Karamoy, H., & Gamaliel, H. (2017). Analisis Penerapan PSAK 23 Tentang Pendapatan Pada PT Pegadaian Cabang Megamas Manado. *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern*, 12(2), 1113-1121.
- Rahim, S. (2020). Aktualisasi Ajaran Islam Dalam Penerapan Akuntansi Lingkungan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 11(3), 683-700.
- Rahman, F. (2022). Praktik Affiliate Marketing pada Platform E-commerce dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah. *Istidlal: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, 6(1), 24-37.
- Sudarmanto, E. (2020, December). Komparasi Transaksi E-Commerce Pada Akuntansi Konvensional Dan Akuntansi Syariah. In *Lppm Prosiding Seminar Nasional Universitas Islam Syekh Yusuf* (Vol. 1, No. 1, pp. 682-689).
- Usman, A. F., Mursalim, M., & Su'un, M. (2020). Analisis Kinerja Keuangan Bank Syariah Terpilih Di Indonesia Pasca Spin Off. *Journal of Accounting and Finance (JAF)*, 1(1), 130-143.