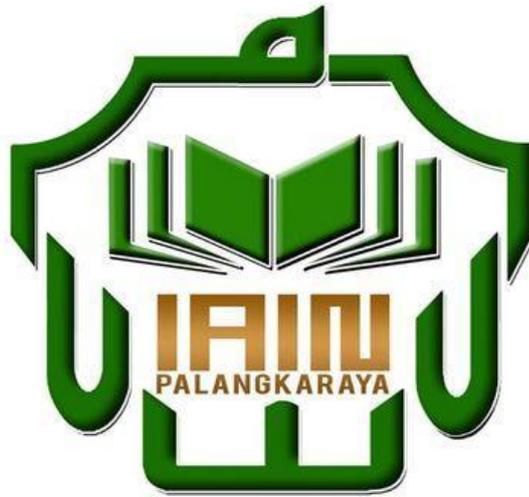


**MEKANISME DAN KONSEP *Ji'alah* PADA MEMBER  
*Affiliate Marketing* TAQYCHAN SAFFRON DI KOTA  
PALANGKA RAYA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh

**ZAKIAH**

NIM 1704120716

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JURUSAN EKONOMI ISLAM  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
TAHUN 1443 H / 2021 M**

### PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Mekanisme dan Konsep *Ji'alah* pada Member *Affiliate Marketing* Taqychan Saffron di Kota Palangka Raya dalam Perspektif Ekonomi Islam  
Nama : Zakiah  
NIM : 1704120716  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Jenjang : Strata Satu (S1)

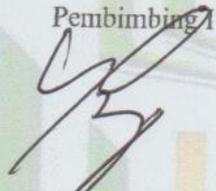
Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, dapat disetujui untuk disidangkan oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.

Palangka Raya, Oktober 2021

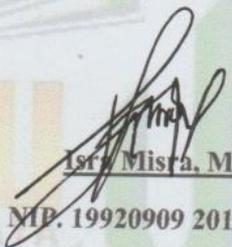
Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Enriko Tedja Sukmana, M. Si.

NIP. 19840321 201101 1 012

  
Isri Misra, M. Si.

NIP. 19920909 201903 1 009

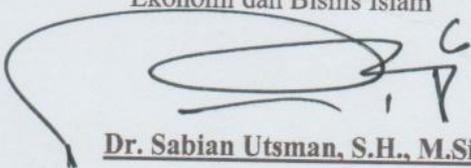
Mengetahui

Dekan Fakultas

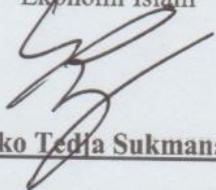
Ketua Jurusan

Ekonomi dan Bisnis Islam

Ekonomi Islam

  
Dr. Sabian Utsman, S.H., M.Si.

NIP. 19631109 199203 1 004

  
Enriko Tedja Sukmana, M. Si.

NIP. 19840321 201101 1 012

**NOTA DINAS**

Hal : **Mohon Diuji Skripsi**

Palangka Raya, Oktober 2021

**Saudari Zakiah**

Kepada

Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi

**FEBI IAIN Palangka Raya**

Di-

Palangka Raya

Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudari :

Nama : Zakiah

NIM : 1704120716

Judul : Mekanisme dan Konsep *Ji'alah* pada Member *Affiliate Marketing* Taqychan Saffron di Kota Palangka Raya dalam Perspektif Ekonomi Islam

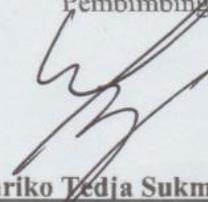
Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

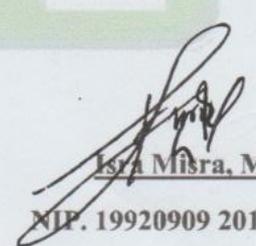
Wassalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Enriko Tedja Sukmana, M. Si.

NIP. 19840321 201101 1 012

  
Isra Misra, M. Si.

NIP. 19920909 201903 1 009

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Mekanisme dan Konsep *Ji'alah* pada Member *Affiliate Marketing* Taqychan Saffron di Kota Palangka Raya dalam Perspektif Ekonomi Islam" oleh Zakiah NIM: 1704120716 telah dimunaqasyahkan Tim *Munaqasyah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 28 Oktober 2021

Palangka Raya, 28 Oktober 2021

Tim Penguji

1. Fadiah Adlina, M. Pd.

Ketua Sidang

(.....)

2. Ali Sadikin, M. Si.

Penguji Utama/I

(.....)

3. Enriko Tedja Sukmana, M. Si.

Penguji II

(.....)

4. Isra Misra, M. Si.

Sekretaris Sidang

(.....)

Dekan Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Sabian Utsman, S.H., M.Si.

NIP. 19631109 199203 1 004

**MEKANISME DAN KONSEP *Ji'alah* PADA MEMBER *AFFILIATE MARKETING* TAQYCHAN SAFFRON DI KOTA PALANGKA RAYA  
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

**ABSTRAK**

Oleh Zakiah

Penelitian ini memuat tentang mekanisme dan konsep *ji'alah* pada member *affiliate marketing* Taqychan Saffron di kota Palangka Raya dalam perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya model bisnis dalam dunia *e-commerce* untuk diterapkan. Salah satu model bisnis yang cukup populer dan dikatakan minim risiko adalah *affiliate marketing*. *Affiliate marketing* adalah model bisnis dengan sistem pemberian *fee* atau komisi untuk jasa seseorang, setelah orang tersebut berhasil menjualkan barang atau jasa melalui pemasaran di Internet. Maka dari itu Taqychan Saffron membuka *affiliate marketing* untuk mempromosikan produknya secara lebih luas. Penelitian ini difokuskan pada dua permasalahan yaitu, (1) mekanisme (cara kerja) dari *affiliate marketing*; (2) konsep *ji'alah* dalam *affiliate marketing* pada member Taqychan Saffron Palangka Raya.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Subjek dalam penelitian ini adalah Member *Affiliate Marketing* Taqychan Saffron yang berjumlah empat orang, serta tiga orang informan yaitu pelanggan Taqychan Saffron. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi partisipatif aktif, menggunakan teknik *purposive sampling* serta teknik wawancara terstruktur. Penelitian ini turut menggunakan metode pengabsahan data berupa triangulasi sumber serta menggunakan teknik dokumentasi guna mengumpulkan data berupa bahan tertulis, gambar, serta catatan lainnya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertama, *affiliate marketing* Taqychan Saffron mempromosikan produknya dengan konten promosi yang telah disediakan, membagikan link website Taqychan Saffron dan membantu konsumen membeli dengan menggunakan kode referral untuk mendapatkan komisi. Kemudian yang kedua, untuk konsep *ji'alah* dalam *affiliate marketing* ini diambil dari penjualan per produk dari website Taqychan Saffron dan akan mendapatkan komisi 15%. Selain itu ada juga tambahan 5% bonus royalti dari member yang telah direkrut dan mereka aktif berjualan. Maka itulah yang akan dihitung dalam jumlah rupiah yang akan ditransfer secara berkala setiap bulannya.

Kata kunci: Mekanisme, *Ji'alah*, *Affiliate Marketing*

**THE MECHANISM AND CONCEPT OF JI'ALAH ON MEMBERS AFFILIATE  
MARKETING TAQYCHAN SAFFRON IN THE CITY OF PALANGKA RAYA  
IN THE PERSPECTIVE OF ISLAMIC ECONOMICS**

**ABSTRACT**

By Zakiah

*This research contains about The mechanism and concept of ji'alah on members affiliate marketing Taqychan Saffron in the city of Palangka Raya in the perspective of Islamic economics. This research is motivated by the many business models in the world of e-commerce to be applied. One of the business models that is quite popular and is said to be minimal risk is affiliate marketing. Affiliate marketing is a business model with a system of giving fees or commissions for someone's services, after that person successful in selling goods or services through marketing on the Internet. So therefore Taqychan Saffron opened affiliate marketing for promote their products more widely. This research is focused on two problems, namely, (1) the mechanism (how it works) of affiliate marketing; (2) ji'alah concept in affiliate marketing on members of Taqychan Saffron Palangka Raya.*

*This research is a type of field research using descriptive qualitative approach. The subjects in this research were Affiliate Marketing Member Taqychan Saffron who numbered four people, as well as three informants, namely customers Taqychan Saffron. As for data collection techniques using active participatory observation techniques, using purposive sampling technique and structured interview techniques. This study also uses data validation methods in the form of source triangulation and uses documentation techniques to collect data in the form of written materials, pictures, and other notes.*

*The results of this study indicate that first, affiliate marketing Taqychan Saffron promotes its products with promotional content that has been provided, shares the Taqychan Saffron website link and helps consumers buy using referral codes to earn commissions. Then the second, for the concept of ji'alah affiliate marketing is taken from sales per product from the Taqychan Saffron website and will get a 15% commission. Besides that there is also an additional 5% royalty bonus from members who have been recruited and they are actively selling. Then that will be calculated in the amount of rupiah that will be transferred periodically every month.*

*Keywords: Mechanism, Ji'alah, Affiliate Marketing*

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh.

Puji dan syukur peneliti hanturkan kehadiran Allah, yang hanya kepada-Nya kita menyembah dan kepada-Nya pula kita memohon pertolongan atas limpahan taufik, rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Mekanisme dan Konsep *Ji'alah* pada Member *Affiliate Marketing* Taqychan Saffron di Kota Palangka Raya dalam Perspektif Ekonomi Islam” dengan baik dan lancar. Sholawat serta salam kepada Nabi junjungan kita yakni Nabi Muhammad SAW., *Khatamun Nabiyyin*, beserta para keluarga dan sahabat serta seluruh pengikut beliau *illa yaumul qiyamah*

Skripsi ini dikerjakan demi melengkapi dan memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak oleh karena itu peneliti mengucapkan ribuan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M. Ag. Selaku Rektor IAIN Palangka Raya.
2. Bapak Dr. Sabian Utsman, S.H., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Palangka Raya
3. Bapak Enriko Tedja Sukmana, S.Th.I., M.Si. selaku ketua jurusan Ekonomi Islam dan sekaligus sebagai dosen pembimbing I serta sebagai dosen penasehat akademik yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan serta saran kepada peneliti selama menyusun skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.

4. Bapak Isra Misra, S.E., M.Si. sebagai dosen pembimbing II yang juga selalu membimbing peneliti dengan ikhlas meluangkan waktu untuk memberikan arahan, pikiran serta penjelasan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan staf tata usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bimbingan dan pengajaran kepada peneliti selama menjalani perkuliahan dan membantu memberikan informasi terkait dengan penelitian skripsi ini.
6. Ayah dan Ibu peneliti yang telah memberikan dukungan moril, materil dan selalu mendoakan keberhasilan peneliti serta keselamatan selama menempuh pendidikan.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan menjadi pendorong dunia pendidikan dan ilmu pengetahuan.

Wassalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh.

Palangka Raya, Oktober 2021

Peneliti



**Zakiah**

**NIM. 170 412 0716**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zakiah  
NIM : 1704120716  
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “Mekanisme dan Konsep *Ji'alah* pada Member *Affiliate Marketing* Taqychan Saffron di Kota Palangka Raya dalam Perspektif Ekonomi Islam” benar karya ilmiah saya sendiri dan bukan hasil menjiplak dari karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, Oktober 2021

Yang Membuat Pernyataan,



Zakiah

NIM. 170 412 0716

## **MOTTO**

وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِن كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ

*Dan (ingatlah), ketika Tuhanmu memaklumkan; "Sesungguhnya jika kamu bersyukur, niscaya Aku akan menambah (nikmat) kepadamu, dan jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), maka sesungguhnya azab-Ku sangat pedih".*

QS. Ibrahim [14]: 7



## **PERSEMBAHAN**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Atas Ridho Allah SWT dengan segala kerendahan hati, peneliti mempersembahkan karya ini kepada:

♥ -Abah dan Mama Tercinta-

Terima kasih Abah tercinta (Zakaria) dan Mama tercinta (Normila) yang telah berjuang membesarkan dan mendidik peneliti dengan penuh kasih sayang. Terima kasih atas doa, dukungan, kesabaran, dan motivasi yang tiada henti kalian berikan hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin. Semoga kebaikan-kebaikan kalian menjadi amal jariyah dan pahala perjuangan jihad, semoga kalian selalu dalam lindungan Allah SWT, selalu dalam dekapan kasih sayang-Nya, semoga selalu diberikan umur yang berkah, kesehatan hati dan nurani, rezeki yang berlimpah, dan diberikan keselamatan dunia akhirat. Aamiin.

♥ -Adikku Tersayang-

Teruntuk adikku Gina Fatimah yang selalu memberikan dukungan semangat untuk saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga Allah selalu memberi kesehatan serta rezeki yang luas dan diberkahi dunia dan akhirat. Semoga Gina bisa melanjutkan ke jenjang berikutnya dan lebih baik dari kakak dan juga semoga Allah SWT meringankan langkah kaki ke Surga karena telah meringankan kaki untuk kebersamaan dalam melaksanakan penelitian.

♥ -Para Guru dan Dosen-

Terima kasih kepada Bapak dan Ibu Guru/Dosen atas ilmu, ajaran, serta arahan yang senantiasa dengan ikhlas dan sabar selalu kalian berikan, sehingga peneliti mampu menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik.

♥ -Teman Seperjuangan-

Teruntuk teman-teman seperjuanganku, ESY 17' khususnya Ekonomi Syariah kelas D yang memberikan banyak kenangan indah, baik suka maupun duka selama kita bersama menempuh pendidikan di IAIN Palangka Raya. Kalian adalah sebuah keluarga yang terbentuk karena mimpi dan perjuangan yang sama. Semoga tali silaturahmi antara kita semua selalu terjaga. Semoga Allah meridhoi perjuangan kita dan semoga kita semua menjadi insan yang bertakwa serta sukses dunia & akhirat. Aamiin allahummā aamiin.

♥ -Kampus-

Terakhir, terima kasih teruntuk almamaterku, kampus tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya, karya ilmiah ini peneliti persembahkan untuk kampus tercinta IAIN Palangka Raya. Semoga selalu jaya serta terus menciptakan generasi muda berkualitas penerus bangsa.

♥ -Pihak yang Terlibat-

Untuk semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, trimakasih sudah turut memberikan kontribusi bantuan, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian.

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

### A. Konsonan Tunggal

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
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
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef

ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	L	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	Em
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

### B. Konsonan Rangkap karena *tasydid* ditulis rangkap

متعقدین	Ditulis	<i>muta' aqqidin</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

### C. Ta' Marbutah

1. Bila dimatikan ditulis h

هبة	Ditulis	<i>Hibbah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرمة الأولياء	Ditulis	<i>karāmah al-aulyā</i>
---------------	---------	-------------------------

2. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harkat, fathah, kasrah, atau dammah ditulis t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul fiṭri</i>
------------	---------	----------------------

#### D. Vokal Pendek

◌َ	Fathah	Ditulis	A
◌ِ	Kasrah	Ditulis	I
◌ُ	Dammah	Ditulis	U

#### E. Vokal Panjang

Fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ā</i>
يسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	<i>Ī</i>
كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
Dammah + wawu mati	Ditulis	<i>Ū</i>
فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

#### F. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaulun</i>

### G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan

#### Apostrof

أأنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أأعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لأئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

### H. Kata sandang Alif+Lam

#### 1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

#### 2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “l” (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

### I. Penulisan kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

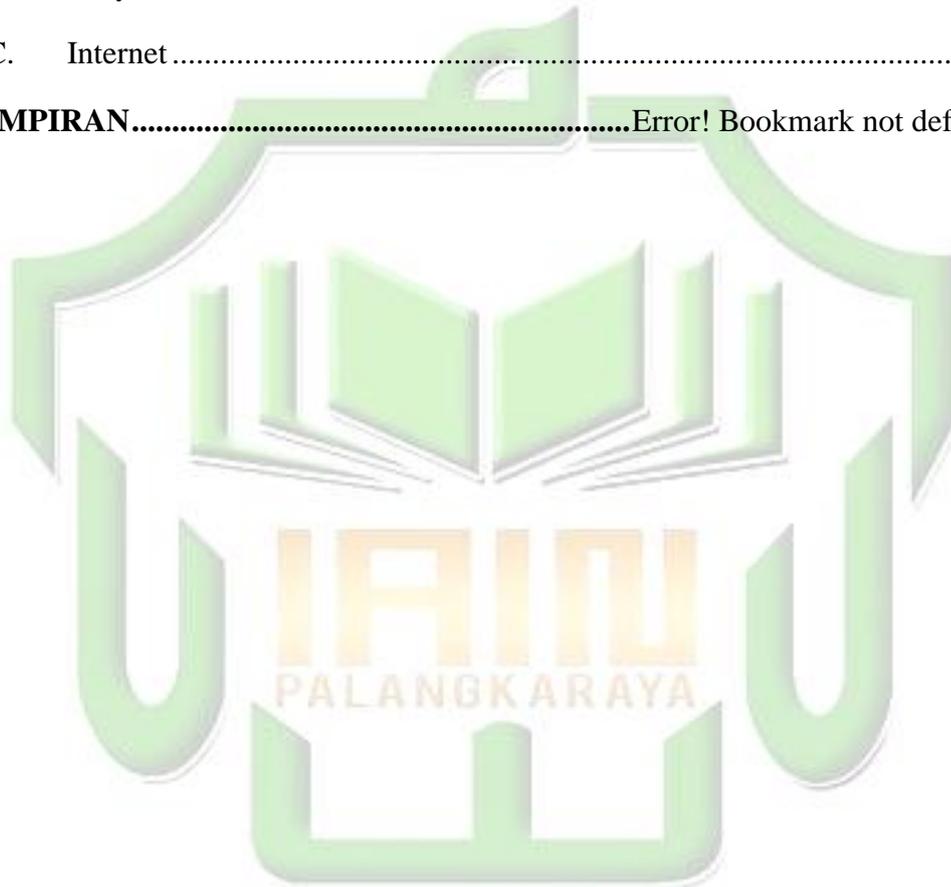
ذوي الفروض	Ditulis	<i>ẓawi al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl As-Sunnah</i>

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACK.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>ix</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>x</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>xi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xxii</b>
<b>DAFTAR ISTILAH .....</b>	<b>xxiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Kegunaan Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	7

B.	Landasan Teori.....	13
1.	Mekanisme.....	13
2.	<i>Ji'alah</i> .....	15
3.	<i>Affiliate Marketing</i> .....	20
4.	Ekonomi Islam.....	29
C.	Kerangka Pikir.....	37
D.	Pertanyaan Penelitian.....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>40</b>
A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	40
B.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	41
C.	Subjek dan Objek Penelitian.....	42
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	45
E.	Pengabsahan Data.....	49
F.	Analisis Data.....	50
G.	Sistematika Penulisan.....	51
<b>BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA .....</b>		<b>52</b>
A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	52
B.	Gambaran Subjek dan Informan Penelitian.....	54
C.	Penyajian Data.....	56
1.	Penyajian Data Hasil Observasi.....	57
2.	Hasil Wawancara Subjek.....	58
3.	Hasil Wawancara Informan.....	71
4.	Penyajian Data Dokumentasi.....	76
D.	Analisis Data Penelitian.....	77
1.	Mekanisme <i>Affiliate Marketing</i> .....	77
2.	Konsep <i>Ji'alah</i> pada Member <i>Affiliate Marketing</i> Taqychan Saffron....	86

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>89</b>
A. Kesimpulan .....	89
B. Saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
A. Buku .....	91
B. Karya Ilmiah .....	92
C. Internet .....	93
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian.....	12
Tabel 3.1 Subjek Penelitian.....	45
Tabel 4.1 Subjek dan Informan Penelitian.....	55
Tabel 4.2 Perbandingan Model Bisnis Online .....	80



## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pikir .....	37
--------------------------------	----



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Beranda <i>Website</i> Taqychan Saffron .....	52
Gambar 4.2 Varian Ukuran Saffron .....	53
Gambar 4.3 Logo Taqychan Saffron.....	54



## DAFTAR ISTILAH

<i>Affiliate marketing</i>	Pemasaran afiliasi
BPOM	Lembaga yang mengawasi peredaran obat-obatan dan makanan di Indonesia
CEO	Pejabat eksekutif tertinggi atau direktur utama
<i>Checkout</i>	Proses yang dilakukan untuk menyelesaikan pembelian
<i>Cookies</i>	File berukuran kecil yang diletakkan pada komputer pengguna kala mengunjungi suatu website
<i>Crocus sativus</i>	Nama umum dari bunga pacar
<i>Customers</i>	Pelanggan
Distributor	Pihak yang membeli produk secara langsung dari produsen
<i>Dropship</i>	Model berjualan barang secara online tanpa perlu stok barang
<i>E-commerce</i>	Perdagangan elektronik
<i>Fee</i>	Harga yang dibayarkan sebagai bentuk imbalan atas hak seseorang
GMP	Sebuah konsep manajemen yang berbentuk prosedur dan cara kerja untuk menghasilkan produk
Instagram	Layanan jejaring sosial untuk berbagi foto dan video
ISO 22000:2018	Standar keamanan pangan untuk bisnis dalam rantai makanan global
<i>Ji'alah</i>	Menetapkan kebebasan bekerja pada orang yang disuruh yang nantinya akan diberi ganti/upah atas pekerjaannya dan gantinya itu sudah ditentukan
<i>Marketing kit</i>	Media promosi yang memiliki fungsi untuk mendukung peningkatan penjualan suatu produk
<i>Marketplace</i>	Pasar daring
MUI	Lembaga swadaya masyarakat yang mewadahi ulama, zuama, dan cendikiawan Islam di Indonesia
<i>Platform</i>	Tempat untuk menjalankan perangkat lunak
<i>Review</i>	Ringkasan, tinjauan dari beberapa sumber
Saffron	Rempah berbentuk benang halus dan tipis berwarna merah yang berasal dari bunga <i>crocus sativus</i>
Shopee	Siklus elektronik komersial ( <i>marketplace</i> )
Sucofindo	Perusahaan inspeksi yang pertama di Indonesia yang bergerak di bidang jasa inspeksi, pengujian, sertifikasi, pelatihan dan konsultasi
<i>Tax</i>	Pajak
<i>Varni Analytical Laboratory</i>	Melayani pelayanan seperti pengujian makanan, air, kimia, sampel survei, herbal, dll.
<i>Website</i>	Kumpulan halaman yang berisi informasi tertentu dan dapat diakses oleh banyak orang melalui internet

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama yang sempurna yang mengatur segala aspek kehidupan manusia, baik yang menyangkut akidah, ibadah, akhlak, maupun muamalah. Salah satu ajaran agama yang penting adalah bidang muamalah, karena muamalah adalah bagian terbesar dalam hidup manusia, sampai dalam hadits Nabi SAW dikatakan bahwa agama adalah muamalah.<sup>1</sup>

Manusia diciptakan oleh Allah SWT di muka bumi untuk mengisi dan memakmurkan hidup sesuai dengan tata aturan dan hukum-hukum Allah.<sup>2</sup> Allah SWT menjadikan manusia makhluk sosial agar mereka saling tolong menolong dan saling tukar menukar kebutuhan, dalam segala urusan kepentingan hidup satu sama lain. Pada era globalisasi saat ini, kehadiran internet menawarkan alternatif bisnis yang memiliki prospek besar. Sebab berbelanja secara *online* menawarkan berbagai kemudahan serta kehematan dibandingkan berbelanja dengan cara yang biasa.

Bahkan ada begitu banyak tawaran penghasilan melalui bisnis *online* yang sangat menggiurkan hanya dengan modal sedikit bahkan tidak membutuhkan modal sama sekali. Perkembangan teknologi seperti sekarang inilah yang membuat bisnis *online* kian menjamur. Hal ini dikarenakan bisnis tersebut dapat dilakukan oleh siapa pun, di mana pun, dan kapan pun.

---

<sup>1</sup> Harun, *Fiqh Muamalah*, Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017, h. 1.

<sup>2</sup> Ahmad Munif Suratmaputra, *Filsafat Hukum Islam Al-Ghazali*, Jakarta: Pustaka Firdaus, 2002, h. 1.

Seiring perkembangan jaman, dalam dunia *e-commerce* ada begitu banyak model bisnis untuk diterapkan. Salah satu model bisnis yang cukup populer dan dapat dikatakan minim risiko yakni adalah *affiliate marketing*. Konsep penjualan *online* ini melibatkan pemilik barang, perantara, dan pembeli dalam transaksi penjualan barang di dunia maya. Model bisnis ini menerapkan prinsip untuk menjual barang dan jasa berbasis komisi.

Seseorang yang menjadi perantara di dalam bisnis internet biasanya disebut dengan *affiliate*. Jika dijabarkan secara sederhana, *affiliate* berarti menjualkan barang atau jasa orang lain, dan ketika berhasil terjual, maka akan menerima komisi dari penjualan yang telah dilakukan dengan kesepakatan yang telah disepakati.<sup>3</sup> Jadi, *affiliate marketing* adalah model bisnis dengan sistem pemberian *fee* atau komisi untuk jasa seseorang, setelah orang tersebut berhasil menjualkan barang atau jasa melalui pemasaran di Internet.

Taqychan Saffron merupakan pelopor pertama Saffron Kashmir. Saffron Kashmir ini dipetik langsung dari kebun Pampore, di Kashmir India Utara. Saffron diambil dari tangkai putik bunga *Crocus Sativus*. Setiap bunga *Crocus Sativus* hanya memiliki 3 tangkai putik bunga. Di setiap putik bunga itu mengandung zat mahal nan ampuh seperti *picrocrocine*, *crocine*, dan *safranal*. Tiga kandungan inilah yang menentukan rasa, aroma, dan warna yang dihasilkan saffron.

---

<sup>3</sup> Accesstrade, 2020, *Mengenal Affiliate Marketing, Langkah Awal Optimalkan Bisnis*, <https://accesstrade.co.id/pengertian-affiliate-marketing-cara-kerja-dan-manfaatnya-1147> diakses tanggal 20 Oktober 2020.

Saffron merupakan rempah termahal di dunia. Di kutip dari media Inggris BBC, saffron terbaik itu dari Spanyol, Iran dan Kashmir. Mereka menobatkan Kashmir varietas dengan kualitas terbaik dan termahal di dunia karena benar-benar langka dan susah di jual di pasar Internasional.<sup>4</sup>

Dengan harga mahal itu, banyak orang curang yang membuat saffron palsu dari bunga safflower – pengganti saffron yang umum ditemui. Bunga itu diberi pewarna, lalu dijual sebagai saffron. Sasaran pembelinya adalah para turis yang ingin mencoba merasakan buah tangan rempah termahal di dunia, namun tidak tahu cara menentukan keaslian saffron.

Selain itu maraknya saffron dengan harga terjangkau dan dijual secara online itu kebanyakan tidak menjamin keasliannya. Maka dari itu Taqy Malik selaku CEO Taqychan Saffron memulai bisnis saffron kashmir ini karena ia sudah mencoba dan merasakan khasiatnya langsung. Saffron kashmir ini menjadi minuman rutin keluarganya setiap hari. Keluarganya termasuk pemilih kalau masalah kesehatan, apalagi saffron dari tumbuhan herbal yang tidak ada bahan kimianya sama sekali.

Saffron Kashmir ini juga sudah bersertifikat Sucofindo, BPOM, serta sertifikasi halal dari MUI dan diakui berbagai lembaga pengaturan standar kualitas produk Internasional. Tujuan adanya sertifikasi halal guna memastikan saffron Kashmir yang dijual itu benar-benar saffron yang asli, halal, murni dan tidak ada campuran kimia sama sekali.

---

<sup>4</sup> BBC, 2013, *Panen Saffron, Bumbu Termahal di Dunia*, [https://www.bbc.com/indonesia/multimedia/2013/12/131227\\_galeri\\_saffron](https://www.bbc.com/indonesia/multimedia/2013/12/131227_galeri_saffron) diakses tanggal 16 Oktober 2020.

Harga saffron yang ditawarkan bervariasi mulai dari kemasan premium sampai kemasan sachet. Kemasan premium dihargai kurang lebih Rp600000 dengan berat 1 gram sedangkan untuk kemasan sachet diberi harga Rp145000 untuk berat 0,25 gram dan Rp285000 untuk berat 0,5 gram.<sup>5</sup> Harganya tentu mengejutkan bagi yang pertama kali mengenal saffron tapi khasiat saffron juga tidak main-main. Hitungannya untuk biaya kirim dari Kashmir ke Indonesia, *tax* dan cukainya di Indonesia. Selain itu besar harapannya saffron ini menjadi perantara kesembuhan banyak orang dari segala macam penyakit dengan izin Allah.

Tujuan adanya pembukaan jalur *affiliate marketing* ini adalah untuk mempromosikan produk Taqychan Saffron menjadi lebih luas lagi tanpa batasan, tidak hanya dari *followers* @taqy\_malik. Maka dari ini diperlukan sejumlah tenaga penjual (*affiliate*) untuk membantu menjualkan produk.

Selain itu bisnis *affiliate marketing* ini tidak hanya untuk yang sedang membutuhkan pekerjaan, tapi juga cocok untuk yang saat ini menjalankan *Work from Home* dan ingin mendapatkan pemasukan tambahan. Pembukaan jalur *affiliate marketing* ini pertama kali dibuka pada tanggal 10 Januari 2020.

Taqychan Saffron memakai sistem “kode referral” dimana setiap member yang terdaftar akan memiliki kode referral masing-masing. Sistem kerjanya hanya dengan pembeli mengisi kode referral penjual pada saat pembuatan akun baru di web.

---

<sup>5</sup> [https://web.taqychansaffron.com/semua\\_produk](https://web.taqychansaffron.com/semua_produk) diakses tanggal 18 Oktober 2020.

Kemudian jika akunnya sudah terdaftar, tinggal memilih varian produk apa yang ingin dibeli. Lanjut pembayaran dan setelah pembayaran lunas, *affiliate* mendapatkan 15% dari penjualan produk setiap transaksi.<sup>6</sup>

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti melakukan penelitian dengan mengangkat tema penelitian yang berjudul “Mekanisme dan Konsep *Ji’alah* pada Member *Affiliate Marketing* Taqychan Saffron di Kota Palangka Raya dalam Perspektif Ekonomi Islam”.

## **B. Rumusan Masalah**

Memperhatikan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan beberapa permasalahan yang akan diteliti secara lebih mendalam dan lebih terarah dengan melakukan identifikasi rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme (cara kerja) dari *affiliate marketing* Taqychan Saffron?
2. Bagaimana konsep *ji’alah* dalam *affiliate marketing* pada member Taqychan Saffron?

## **C. Tujuan Penelitian**

Dengan melihat rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian yang ingin dicapai peneliti adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan menganalisis mekanisme (cara kerja) dari *affiliate marketing*.
2. Mengetahui dan menganalisis konsep *ji’alah* dalam *affiliate marketing* pada member Taqychan Saffron.

---

<sup>6</sup> Observasi Taqychan Saffron di Palangka Raya, 18 Mei 2020.

## D. Kegunaan Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat dalam penelitian ini terbagi menjadi dua macam yaitu kegunaan berbentuk teoritis dan kegunaan berbentuk praktis. Kegunaan penelitian ini diharapkan akan berguna antara lain adalah sebagai berikut:

### 1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan untuk menambah khazanah pengetahuan keilmuan ekonomi syariah yang dapat berguna bagi pengembangan ilmu ekonomi syariah dalam bidang yang berkaitan dengan muamalah, terutama mengenai *affiliate marketing* baik itu dalam mekanisme (cara kerja) dan konsep *ji'alahnya*. Selain itu juga dapat dijadikan sebagai titik tolak bagi penelitian pemikiran lebih lanjut, baik untuk peneliti yang bersangkutan maupun oleh peneliti lain sehingga kegiatan penelitian dapat dilakukan secara berkesinambungan.

### 2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan gambaran yang lebih mendalam mengenai apa itu *affiliate marketing* baik itu dari segi mekanisme (cara kerja) dan konsep *ji'alahnya*. Selain itu kegiatan penelitian ini diharapkan juga dapat menambah pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat bagi peneliti sebagai bekal dalam bekerja dikemudian hari.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Mujahadah (2018) meneliti tentang “Sistem Bagi Hasil Budidaya Ikan Air Tawar di Pahandut Seberang Palangka Raya dalam Perspektif Ekonomi Syariah”.<sup>7</sup> Hasil penelitian ini, yakni: (1) Sistem permodalan budidaya ikan menggunakan penyertaan modal dalam bentuk *musyarakah* hal ini berdasarkan modal yang sama-sama mereka distribusikan yaitu pemodal mendistribusikan bibit dan pakan ikan sedangkan pembudidaya ikan mendistribusikan keramba sebagai modal awal bagi hasil, (2) sistem pembagian hasil antara pemodal dan pembudidaya ikan dilakukan sesuai kesepakatan di awal akad kerjasama dan disetujui oleh kedua belah pihak, (3) sistem bagi hasil musyarakah yang dilakukan pemodal dan pembudidaya ikan, dari 18 pembudidaya ikan ada 10 pembudidaya ikan yang sudah menerapkan sistem bagi hasil musyarakah hanya saja perlu penguatan prinsip keadilan ekonomi syariah, dan 8 pembudidaya ikan membuat kesepakatan tidak membagi kerugian yang di dapat melainkan melimpahkan kepada pihak pemodal, hal ini bertentangan dengan bagi hasil musyarakah keuntungan dan kerugian harus dibagi diantara pemodal dan pembudidaya ikan. Manfaat penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni

---

<sup>7</sup> Mujahadah, “*Sistem Bagi Hasil Budidaya Ikan Air Tawar di Pahandut Seberang Palangka Raya dalam Perspektif Ekonomi Syariah*”, Skripsi Sarjana, Palangka Raya: IAIN Palangka Raya, 2018.

terdapat manfaat penetapan sistem bagi hasil yang menjadi tolak ukur keadilan dalam usaha sesuai kesepakatan kedua belah pihak serta sebagai khazanah keilmuan tentang sistem bagi hasil.

Putri Siti Hairunnisa (2019) meneliti tentang “Sistem Bagi Hasil Pertambangan Pasir Zirkon (Puya) di Desa Kereng Pangi”.<sup>8</sup> Hasil penelitian ini menunjukkan pembagian nisbah pertambangan pasir zirkon di Desa Kereng Pangi terlebih dahulu hasil yang diperoleh dipotong biaya pengeluaran. Hasil dari sisa biaya pengeluaran tersebutlah yang digunakan untuk bagi hasil, hal ini termasuk dalam *profit sharing* dan tidak dinyatakan dalam bentuk persentase antara kedua belah pihak dan hanya menggunakan perbandingan 2:1 dimana alat tersebut memiliki nilai ekonomis sebagai modal dalam pertambangan tersebut. Mengenai model dari kerjasama itu penyertaan modal antara pemilik mesin dan pekerja adalah bentuk kemitraan dimana pemilik mesin dan pekerja sama-sama menyertakan modal dilihat dari model tersebut dapat dikatakan termasuk dalam akad *musyarakah*. Sistem bagi hasil harus memperhatikan prinsip ekonomi syariah yaitu keadilan-keadilan atas hak-hak yang seharusnya masing-masing pihak dapatkan. Manfaat penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni sebagai khazanah keilmuan tentang sistem bagi hasil dengan melakukan kerjasama antara kedua belah pihak dan mendapatkan sesuai porsi atau haknya.

---

<sup>8</sup> Putri Siti Hairunnisa, “*Sistem Bagi Hasil Pertambangan Pasir Zirkon (Puya) di Desa Kereng Pangi*”, Skripsi Sarjana, Palangka Raya: IAIN Palangka Raya, 2019.

Ahmad Muhamim (2017) meneliti tentang “Analisis Strategi *Affiliate Marketing* Terhadap Tingkat Penjualan dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Butik Zoya Cabang Kedaton Bandar Lampung)”.<sup>9</sup> Hasil dari penelitian ini adalah, dalam penerapan strategi *affiliate marketing* Butik Zoya sudah melakukan langkah-langkah dengan menerapkan strategi afiliasi *marketing* yang baik, semua karyawan diberdayakan sebagai pemasar dengan mempromosikan produk dari Zoya sendiri melalui akun media sosial pribadi masing-masing. Dalam perspektif ekonomi Islam strategi *affiliate marketing* sudah memenuhi rukun dan syarat dalam bermuamalah sehingga bisa di jalankan sebagai salah satu prosedur dalam jual beli yang sah dan bisa dilakukan oleh masyarakat umum dengan tidak langsung berinteraksi secara langsung kontak fisik dan bertatap muka, namun ada saling kepercayaan dan pertanggung jawaban yang bisa dilakukan apabila terjadi kesalahan dari kedua belah pihak. Manfaat penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni mendapatkan keilmuan tentang strategi *affiliate marketing* dalam perspektif ekonomi Islam.

R. A. Emilia Natarina dan Cendera Rizky Anugrah Bangun (2019) meneliti tentang “*The Use of Affiliate Marketing in Improving Pegipegi Sales*”.<sup>10</sup> Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh, ada beberapa langkah yang dapat dilakukan oleh Divisi Pemasaran Aliansi Pegipegi untuk memaksimalkan peran mitra afiliasi, yaitu: 1) memberikan pemahaman dasar

---

<sup>9</sup> Ahmad Muhamim, “*Analisis Strategi Affiliate Marketing Terhadap Tingkat Penjualan dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Butik Zoya Cabang Kedaton Bandar Lampung)*”, Skripsi Sarjana, Lampung: IAIN Raden Intan, 2017.

<sup>10</sup> R. A. Emilia Natarina dan Cendera Rizky Anugrah Bangun, “*The Use of Affiliate Marketing in Improving Pegipegi Sales*”, *Jurnal The Messenger*, Vol. 11 No. 2, Juli 2019.

tentang cara kerja sistem pemasaran afiliasi untuk menghindari kekecewaan para pemasar afiliasi tentang penghitungan komisi; 2) memberikan pengetahuan dasar kepada para *affiliate marketer* tentang bagaimana melakukan pemasaran dengan menggunakan Blog, FB Ads, Google Ads, dan SEO untuk memaksimalkan aktivitas pemasarannya; 3) meluangkan waktu secara rutin untuk melakukan diskusi atau sesi tanya jawab antara Pegipegi dengan para *affiliate marketer* agar mendapatkan tips dan trik terbaru bagaimana menjadi *super affiliate*, dan mempererat relasi Pegipegi dengan *affiliate marketer*nya; 4) mengadakan lomba jual beli bagi para *affiliate marketer* dengan penghargaan liburan agar mendapatkan pengalaman nyata atas produk dan jasa yang dijual oleh Pegipegi. Manfaat penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni khazanah keilmuan tentang sistem *affiliate marketing*.

Zia Ul Haq (2012) meneliti tentang “*Affiliate Marketing Programs: A Study of Consumer Attitude Towards Affiliate Marketing Programs Among Indian Users*”.<sup>11</sup> Hasil penelitan menunjukkan pandangan positif tentang pemasaran afiliasi. Sebagian besar responden setuju bahwa kegunaan, kepercayaan, informatif dan insentif merupakan faktor penting yang mempengaruhi sikap konsumen terhadap program pemasaran afiliasi online. Bahkan, persepsi manfaat ditemukan menjadi faktor terkuat terhadap sikap untuk program pemasaran afiliasi. Insentif dan kepercayaan juga bernilai

---

<sup>11</sup> Zia Ul Haq, “*Affiliate Marketing Programs: A Study of Consumer Attitude Towards Affiliate Marketing Programs Among Indian Users*”, International Journal of Research Studies in Management, Vol. 1 No.1, April 2012.

positif terkait dengan sikap terhadap program pemasaran afiliasi. Konsumen cenderung menggunakan link afiliasi jika mereka merasa akan mendapatkan beberapa keuntungan dalam bentuk insentif dan jika tingkat kepercayaan terhadap link afiliasi yang lebih tinggi. Manfaat penelitian diatas dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yakni memperkaya literatur mengenai pemasaran afiliasi.

Persamaan dari beberapa penelitian terdahulu di atas dengan penelitian yang saya lakukan adalah membahas tentang sistem bagi hasil atau pengupahan *affiliate marketing*. Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah, pada penelitian terdahulu pertama berfokus pada sistem bagi hasil budidaya ikan air tawar. Untuk perbedaan penelitian kedua yaitu membahas sistem bagi hasil pertambangan pasir zirkon. Untuk perbedaan penelitian ketiga adalah berfokus pada strategi *affiliate marketing* yang diterapkan pada butik Zoya. Untuk perbedaan penelitian keempat itu adalah membahas penggunaan adanya *affiliate marketing* dalam meningkatkan penjualan Pegipegi. Lalu untuk perbedaan penelitian kelima yaitu membahas tentang sikap terhadap program afiliasi dan berbagai faktor yang mempengaruhi efektivitas program-program tersebut. Sedangkan pada penelitian ini lebih membahas tentang bagaimana mekanisme (cara kerja) *affiliate marketing* serta konsep *ji'alah* dalam *affiliate marketing*.

Untuk mempermudah melihat persamaan dan perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian terdahulu, maka peneliti membuat tabel perbandingan penelitian terdahulu, sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Perbandingan Penelitian**

No.	Nama, Judul, Tahun, Jenis Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Mujahadah, Sistem Bagi Hasil Budidaya Ikan Air Tawar di Pahandut Seberang Palangka Raya dalam Perspektif Ekonomi Syariah, Tahun 2018, Kualitatif.	Mengkaji tentang sistem bagi hasil.	Membahas lebih spesifik sistem bagi hasil budidaya ikan air tawar yang dilakukan di Pahandut Seberang Palangka Raya.
2.	Putri Siti Hairunnisa, Sistem Bagi Hasil Pertambangan Pasir Zirkon (Puya) di Desa Kereng Pangi, Tahun 2019, Kualitatif.	Mengkaji mengenai sistem bagi hasil.	Membahas mengenai sistem bagi hasil yang berfokus pada pertambangan pasir zirkon (Puya) yang bertempat di Desa Kereng Pangi.
3.	Ahmad Muhamim, Analisis Strategi <i>Affiliate Marketing</i> Terhadap Tingkat Penjualan dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Butik Zoya Cabang Kedaton Bandar Lampung), Tahun 2017, Kualitatif.	Mengkaji mengenai <i>affiliate marketing</i> dalam perspektif ekonomi Islam.	Membahas lebih spesifik mengenai strategi <i>affiliate marketing</i> yang diterapkan oleh butik Zoya cabang Bandar Lampung, seberapa besar efektifnya pemasaran tersebut dalam meningkatkan promosi dan penjualan dalam perspektif Ekonomi Islam.

4.	R. A. Emilia Natarina dan Cendera Rizky Anugrah Bangun, <i>The Use of Affiliate Marketing in Improving Pegipegi Sales</i> , Tahun 2019, Kualitatif.	Mengkaji mengenai <i>affiliate marketing</i> .	Membahas mengenai penggunaan adanya <i>affiliate marketing</i> dalam meningkatkan penjualan e-commerce Pegipegi.
5.	Zia Ul Haq, <i>Affiliate Marketing Programs: A Study of Consumer Attitude Towards Affiliate Marketing Programs Among Indian Users</i> , Tahun 2012, Kuantitatif.	Mengkaji tentang program <i>affiliate marketing</i> .	Membahas lebih rinci mengenai sikap terhadap program afiliasi dan berbagai faktor yang mempengaruhi efektivitas program-program tersebut.

Dibuat oleh Peneliti 2021

## B. Landasan Teori

### 1. Mekanisme

Mekanisme adalah interaksi antara bagian satu dengan bagian lainnya dalam suatu sistem secara keseluruhan untuk menghasilkan fungsi atau kegiatan sesuai dengan tujuan. Mekanisme menjadi satu kata yang teramat sering digunakan saat ini. Ada banyak pengertian mekanisme dengan konteks yang berbeda. Pada dasarnya, mekanisme berasal dari bahasa Yunani *mechane* yang berarti instrument, mesin pengangkat beban, peralatan yang digunakan untuk membantu sesuatu dan juga perangkat. Mekanisme juga berasal dari kata *mechos* yang berarti sarana serta cara untuk menjalankan sesuatu.<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Eka Murdiana, "Mekanisme Kerja Salon Syariah ditinjau Menurut Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam", Skripsi Sarjana, Palangka Raya: IAIN Palangka Raya, 2018, h. 14-15.

Mekanisme dapat diartikan dalam banyak pengertian yang dapat dijelaskan menjadi 4 (empat) pengertian. *Pertama*, mekanisme adalah pandangan bahwa interaksi bagian-bagian dengan bagian-bagian lainnya dalam suatu keseluruhan atau sistem secara tanpa disengaja menghasilkan kegiatan atau fungsi-fungsi sesuai dengan tujuan. *Kedua*, mekanisme adalah teori bahwa semua gejala dapat dijelaskan dengan prinsip-prinsip yang dapat digunakan untuk menjelaskan mesin-mesin tanpa bantuan inteligensi sebagai suatu sebab atau prinsip kerja. *Ketiga*, mekanisme adalah teori bahwa semua gejala alam bersifat fisik dan dapat dijelaskan dalam kaitan dengan perubahan material atau materi yang bergerak. *Keempat*, mekanisme adalah upaya memberikan penjelasan mekanis yakni dengan gerak setempat dari bagian yang secara intrinsik tidak dapat berubah bagi struktur internal benda alam dan bagi seluruh alam.<sup>13</sup>

Mekanisme yaitu sistem atau cara kerja suatu organisasi (perkumpulan dan sebagainya).<sup>14</sup> Mekanisme merupakan cara untuk mendapatkan sesuatu secara teratur sehingga menghasilkan suatu pola atau bentuk untuk mencapai tujuan yang diinginkan.<sup>15</sup>

Mekanisme secara umum adalah sebuah proses pelaksanaan suatu kegiatan yang dilaksanakan oleh seseorang atau beberapa orang dengan menggunakan tatanan dan aturan serta adanya alur komunikasi dan

---

<sup>13</sup> Lorens Bagus, *Kamus Filsafat*, Jakarta: Gramedia, 1996, h. 612-613.

<sup>14</sup> Meity Taqdir Qodratillah dkk, *Kamus Bahasa Indonesia untuk Pelajar*, Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2011, h. 311.

<sup>15</sup> Tim Reality, *Kamus Terbaru Bahasa Indonesia*, Surabaya: Reality Publisher, 2008, h.

pembagian tugas sesuai dengan profesionalitas. Jadi mekanisme ini ada beberapa unsur yang harus ada, yaitu tatanan, komunikasi serta profesional.

a. Tatanan

Merupakan suatu pedoman dan batasan-batasan yang dilaksanakan agar kelompok atau individu yang melaksanakan kegiatan tidak melenceng dari tujuan awal.

b. Komunikasi

Komunikasi adalah proses dimana individu satu dengan yang lainnya saling berinteraksi, baik melalui lisan, tulisan maupun tingkah laku.

c. Profesional

Seringkali kita dengan dalam bahasa lainnya adalah keahlian. Manusia memiliki keahlian masing-masing dan dengan beberapa keahlian itulah proses organisasi dapat berjalan dengan baik, karena itulah sering kali orang menggunakan istilah kolektif kolegal sebagai cara menjalankan organisasi yang baik.<sup>16</sup>

## 2. *Ji'alah*

Akad *ji'alah*, *ju'i* atau *ju'liyah* secara bahasa dapat diartikan sebagai sesuatu yang disiapkan untuk diberikan kepada seseorang yang berhasil melakukan perbuatan tertentu, atau juga diartikan sebagai sesuatu yang diberikan kepada seseorang karena telah melakukan

---

<sup>16</sup> Eka Murdiana, "Mekanisme Kerja Salon Syariah", h. 13.

pekerjaan tertentu. Dan menurut para ahli hukum, akad *ji'alah* dapat dinamakan janji memberikan hadiah (bonus, komisi atau upah tertentu), maka *ji'alah* adalah akad atau komitmen dengan kehendak satu pihak. *Ji'alah* sering diartikan seperti dalam bentuk pemberian hadiah, atau upah dalam bentuk jasa dalam pekerjaan. Sedangkan menurut syara', akad *ji'alah* adalah komitmen memberikan imbalan yang jelas atau suatu pekerjaan tertentu atau tidak tertentu yang sulit diketahui.<sup>17</sup>

Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, *ji'alah* adalah perjanjian imbalan tertentu dari pihak pertama kepada pihak kedua atas pelaksanaan suatu tugas/pelayanan yang dilakukan oleh pihak kedua untuk kepentingan pihak pertama.<sup>18</sup> *Ji'alah* dapat juga diartikan suatu transaksi yang lazim dilakukan dalam mengambil manfaat suatu benda dengan harga tertentu dan dalam jangka waktu tertentu pula. Sebagian ulama berpendapat bahwa *ji'alah* sebagai jual beli jasa (upah mengupah) yaitu mengambil manfaat tenaga manusia. Jumhur ulama fiqh juga berpendapat bahwa *ji'alah* adalah menjual manfaat dan yang boleh disewakan adalah manfaatnya bukan badannya.<sup>19</sup> Jadi dapat disimpulkan bahwa *ji'alah* merupakan upah yang diberikan sebagai balas jasa dari sebuah pekerjaan seseorang.

---

<sup>17</sup> Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu*, Jilid 5, Terjemahan Abdul Hayyie, dkk, Jakarta: Gema Insani, 2011, h. 432.

<sup>18</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*, Jakarta: Gema Insani, 2012, h. 314.

<sup>19</sup> Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Hukum Ekonomi Syariah*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013, h. 291.

Ulama Malikiyah mendefinisikan akad *ji'alah* sebagai akad sewa atas manfaat yang diduga dapat tercapai. Hal ini seperti perkataan seseorang, “Barang siapa yang bisa mengembalikan binatang tunggangan saya yang kabur atau lari, atau barang milik saya yang hilang, atau yang bisa mengurus kebun saya ini, atau menggali sumur untuk saya hingga saya menemukan air, atau menjahit baju atau kemeja untuk saya, maka dia akan mendapatkan sekian”.<sup>20</sup>

Termasuk didalam akad *ji'alah* juga, komitmen membayar sejumlah uang pada dokter yang dapat menyembuhkan penyakit tertentu, atau pada guru yang bisa membimbing anaknya menghafal Al-Qur'an. Para fuqaha biasa memberikan contoh untuk akad ini dengan kasus orang yang dapat mengembalikan binatang tunggangan yang tersesat atau hilang dan budak yang lari atau kabur.<sup>21</sup> Jadi *ji'alah* bukan hanya terbatas pada barang yang hilang namun juga terdapat pada setiap pekerjaan yang dapat menguntungkan seseorang.

Akad *ji'alah* adalah komitmen berdasarkan kehendak dari satu pihak, sehingga akad *ji'alah* tidak terjadi kecuali dengan adanya *shighah* dari si pemberi upah (*ja'il*). Apabila seorang penerima akad (*'amil*) memulai pekerjaan *ji'alah* tanpa izin dari *ja'il*, atau ia memberi izin kepada seseorang tapi yang mengerjakannya adalah orang lain, maka orang itu (*'amil*) tidak berhak mendapatkan apa-apa. Hal itu karena pada kondisi pertama orang itu bekerja dengan sukarela; dan pada kondisi

---

<sup>20</sup> Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam*, h. 432.

<sup>21</sup> *Ibid.*, h. 433.

kedua orang itu tidak melakukan apa-apa. Tidak disyaratkan bagi *ja'il* harus seorang pemilik barang dalam *ji'alah*, sehingga dibolehkan bagi selain pemilik barang untuk memberikan upah dan orang yang dapat mengembalikan sesuatu itu berhak menerima upah.<sup>22</sup>

Jumhur fukaha sepakat bahwa hukum *ji'alah* mubah. Hal ini didasari karena *ji'alah* diperlukan dalam kehidupan sehari-hari. *Ji'alah* merupakan akad yang sangat manusiawi. Karena seseorang dalam hidupnya tidak mampu untuk memenuhi semua pekerjaan dan keinginannya, kecuali jika ia memberikan upah kepada orang lain untuk membantunya.<sup>23</sup>

Banyak sekali model aplikasi konsep *ji'alah* dalam berbagai bidang kehidupan sehari-hari kita. Berikut ini beberapa contoh konsep *ji'alah* yang bisa diterapkan yaitu sebagai berikut:

a. Dunia Pendidikan

Konsep *ji'alah* bisa kita terapkan dalam sebuah lembaga pendidikan baik sekolahan maupun pondok pesantren. Penerapan konsep ini memiliki peran yang signifikan dalam mendongkrak prestasi peserta didik maupun melejitkan potensi para guru. Misalnya kegiatan berikut ini:

---

<sup>22</sup> Aulia Nuraini, "*Jual Beli dalam Praktek Affiliate Marketing pada Internet Marketing E-Commerce dalam Perspektif Hukum Islam*", Skripsi Sarjana, Banten: UIN Sultan Maulana Hasanuddin, 2018, h. 56-57.

<sup>23</sup> *Ibid.*, h. 58.

- 1) Sekolah membuka peluang *ji'alah* bagi para guru untuk membuat penelitian tentang pengaruh ibadah shalat terhadap kedisiplinan siswa dan prestasi belajar. Bagi guru yang mampu membuat penelitian tersebut, maka ia akan mendapatkan imbalan berupa uang 10 juta rupiah misalnya.
- 2) Sekolah membuat *ji'alah* untuk para siswa/mahasiswa untuk membuat karya ilmiah di berbagai disiplin ilmu pengetahuan dengan imbalan piala dari kepala sekolah dan uang 5 juta rupiah misalnya.
- 3) *Ji'alah* dengan hadiah beasiswa kuliah penuh untuk siswa yang berhasil meraih peringkat 3 besar selama di SLTA.

#### b. Dunia Bisnis

Dalam dunia bisnis, konsep *ji'alah* banyak sekali model penerapan konsep yang digunakan dalam dunia bisnis. Di antaranya adalah sebagai berikut:

- 1) *Ji'alah* untuk mendesain logo, brand, dan kemasan produk yang menarik dari berbagai macam produk barang.
- 2) *Ji'alah* untuk menghasilkan alat-alat produksi modern yang membantu kegiatan ekonomi.
- 3) *Ji'alah* membuat website menarik dan mudah diakses untuk memasarkan produk.
- 4) *Ji'alah* untuk membuat sistem pembayaran modern yang memudahkan dalam transaksi.

### c. Dunia Ilmu Pengetahuan dan Teknologi

Konsep *ju'alah* bisa diaplikasikan di dalam dunia IPTEK seperti berikut:

- 1) *Ji'alah* membuat mobil, pesawat, dan berbagai alat transportasi untuk kelancaran manusia.
- 2) *Ji'alah* membuat alat-alat rumah sakit untuk keperluan bedah dan sebagainya.
- 3) *Ji'alah* membuat alat pengolahan limbah dan sampah yang aman.<sup>24</sup>

Hal ini bersamaan dengan akad yang digunakan dalam *affiliate marketing* yang mana dilakukan oleh *vendor* dan *affiliate marketer* dalam hal pemasaran maupun makelar. Jika dilihat dari sudut pandang tersebut, sistem *affiliate marketing* ini diqiyaskan dengan akad *ji'alah*. Dalam kasus *ji'alah* ini, *vendor* bisa diibaratkan sebagai seorang *ja'il* sedangkan *affiliate marketer* ialah '*amil*'.<sup>25</sup>

### 3. *Affiliate Marketing*

Strategi *internet marketing* yang paling sering dilakukan oleh para pemilik produk adalah *affiliate marketing*. Kata *affiliate* atau afiliasi berasal dari bahasa Inggris yang berarti bergabung, ikatan, atau yang biasa diterjemahkan sebagai suatu ikatan kerja atau bisnis. Sedangkan *marketing* berarti pemasaran. Jadi *affiliate marketing* dapat diartikan

---

<sup>24</sup> Haryono, *Konsep Al Ju'alah dan Model Aplikasinya dalam Kehidupan Sehari-Hari*, Al Mashlahah Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial Islam, 2017, h. 654.

<sup>25</sup> Aulia Nuraini, "Jual Beli dalam Praktek Affiliate Marketing", h. 57.

sebagai pemasaran afiliasi, yang artinya adalah kita akan memasarkan produk orang lain, kemudian jika berhasil menjual produk tadi maka akan mendapatkan komisi dari si pemilik barang.<sup>26</sup>

Menurut Prayitno, *affiliate marketing* merupakan sistem komisi yang diberikan kepada seseorang yang berhasil merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. *Affiliate marketing* adalah cara untuk memperoleh penghasilan berupa komisi dengan cara menjual barang melalui situs. Situs *affiliate* akan memiliki link-link yang terhubung dengan situs pemilik barang.<sup>27</sup>

Secara umum *affiliate marketing* adalah suatu cara dimana kita menjualkan produk orang lain dan akan mendapatkan komisi jika terjadi pembelian melalui referensi kita. Atas dasar tersebut pemasar jasa tidak perlu memikirkan stok atau persediaan tetapi yang kita pikirkan adalah hanya mengarahkan pengunjung ke website melalui link khusus yang pemasar miliki. Link ini akan kita dapatkan dari *merchant* yang diberikan kepada kita sebagai alat untuk mendeteksi bahwa pembeli yang datang adalah melalui referensi kita.<sup>28</sup>

*Affiliate marketing* sendiri merupakan sistem komisi yang diberikan kepada seseorang yang berhasil merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Jika dijabarkan secara sederhana, *affiliate*

---

<sup>26</sup> Aulia Nuraini, "Jual Beli dalam Praktek Affiliate Marketing", h. 46.

<sup>27</sup> Arief Andy Soebroto dan Devina Christy Muljana, "Perancangan dan Pembuatan Situs Pemasaran (*Affiliate Marketing*) Menggunakan Framework CMS (*Content Management System*) Joomla 1.5.7", Journals Telkom University, 2010, h. 6.

<sup>28</sup> Desrini Ningsih dan Putu Hari Kurniawan, "Analisis Promosi dan Afiliasi Marketing Terhadap Okupansi Hotel Non Jaringan di Kota Batam", Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol. 8 No. 1, 2019, h. 17.

berarti menjualkan barang atau jasa orang lain, dan ketika berhasil terjual, maka akan menerima komisi dari penjualan yang telah dilakukan dengan kesepakatan yang telah disepakati.<sup>29</sup> Jadi, *affiliate marketing* adalah modal bisnis dengan sistem pemberian *fee* atau komisi untuk jasa seseorang, setelah orang tersebut berhasil menjualkan barang atau jasa melalui pemasaran di Internet.

Konsep penjualan *online* ini melibatkan pemilik barang, perantara, dan pembeli dalam transaksi penjualan barang di dunia maya. Model bisnis ini menerapkan prinsip untuk menjual barang dan jasa berbasis komisi. Hal utama yang harus dimiliki oleh *affiliate marketer* adalah situs untuk mempromosikan produk-produk yang telah dipilih dari *affiliate merchant* atau vendor pemilik barang.<sup>30</sup>

Dalam *affiliate marketing*, seorang *affiliate* akan mendapatkan link/url afiliasi khusus yang akan digunakan untuk berpromosi. *Affiliate marketer* harus mengarahkan calon pembeli tadi ke *url* tersebut. Ketika *url* dibuka, maka si calon pembeli diarahkan ke *website* penjualan milik *vendor*. Ketika calon pembeli membeli produk, maka transaksi akan tercatat atas nama *affiliate marketer* tersebut.<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup> Accesstrade, 2020, *Mengenal Affiliate Marketing, Langkah Awal Optimalkan Bisnis*, <https://accesstrade.co.id/pengertian-affiliate-marketing-cara-kerja-dan-manfaatnya-1147> diakses tanggal 20 Oktober 2020.

<sup>30</sup> Arief Andy Soebroto dan Devina Christy Muljana, "*Perancangan dan Pembuatan Situs Pemasaran*", h. 6.

<sup>31</sup> Aulia Nuraini, "*Jual Beli dalam Praktek Affiliate Marketing*", h. 51.

Seorang *affiliate marketer* bekerja hanya dengan menyematkan *link affiliate* di tempat-tempat tertentu yang dijadikannya sebagai pasar, baik itu melalui media sosial seperti facebook ataupun blog. Artinya, seorang *affiliate marketer* hanya membawa calon pembeli ke pedagang. Hal ini menyebabkan ia tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasi harga karena biasanya keterangan barang yang tertera pada situs *e-commerce* tidak dapat diubah oleh *affiliate marketer* karena hal tersebut dapat mengubah tampilan web *e-commerce* juga. Maka dari itu, diperbolehkan atau tidaknya suatu transaksi dalam hukum Islam dari sudut pandang pembeli sejatinya diputuskan oleh pembeli itu sendiri, jika pembeli memilih objek transaksi sesuai hukum syara, maka transaksi tersebut tentu saja diperbolehkan meskipun terjadi melalui *link advertising* seperti *affiliate marketing*.<sup>32</sup>

Dalam praktek *affiliate marketing*, posisi *vendor* memiliki peran yang amat vital dan menjadi ujung tombak untuk menentukan dibolehkan atau tidaknya praktek *affiliate marketing* yang akan dijalankan. Hal tersebut terjadi karena *vendor* memiliki kuasa untuk menentukan objek jual beli, menetapkan harga juga presentasi pembagian komisi terhadap *affiliate marketer* dan memilih *affiliate marketer* yang bekerja sama dengannya.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> *Ibid.*, h. 68.

<sup>33</sup> *Ibid.*, h. 62-63.

Seorang *affiliate marketer* harus mengetahui *vendor* yang akan ia promosikan, apakah *vendor* tersebut amanah atau justru sebaliknya. Dengan mengetahui profil sebuah *vendor* dimana seorang *affiliate marketer* akan bekerja dapat meminimalisir kemungkinan-kemungkinan buruk seperti penipuan maupun pencurian identitas. Salah satu cara menentukan sebuah *vendor* dapat dipercaya atau tidak, adalah dengan mencari tahu testimoni maupun *review* dari berbagai sumber yang sebelumnya telah bekerja sama atau menjadi konsumen dari *vendor* tersebut. Cara lain selanjutnya ialah menelaah seluruh produk yang dipasarkan oleh *vendor* untuk menentukan bahwa *vendor* tersebut tidak menjual barang-barang yang tidak dilarang dalam ketentuan syariah.<sup>34</sup>

Tujuan dari adanya afiliasi adalah untuk mempromosikan produk/jasanya menjadi lebih luas lagi tanpa batasan selama masih di dunia online Internet. Dengan kata lain pemilik website ini memerlukan adanya sejumlah tenaga penjual untuk membantunya dalam menjualkan produk.<sup>35</sup>

Dalam prakteknya di internet, para afiliasi ini memberi fleksibel dalam menjalankan pekerjaannya. Pelaku *affiliate marketing* tersebut sering juga dikenal dengan *internet marketer*. Banyak perusahaan “dot-com” yang mampu membuktikan sistem *affiliate marketing*. Misalnya Amazon.com, 40% penjualan amazon berasal dari program afiliasi.

---

<sup>34</sup> *Ibid.*, h. 63.

<sup>35</sup> Ervina Yolanda Anggelis, “Atribut-Atribut yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen dalam Melakukan Belanja Online Tiket Pesawat di Kota Yogyakarta”, Skripsi Sarjana, Yogyakarta: Universitas Atmajaya, 2009, h. 16.

Afiliasi dilakukan dengan cara promosi para *internet marketer* dengan menggunakan banner yang telah disediakan oleh amazon.com. Apabila terjadi transaksi pembelian, *internet marketer* tersebut akan menerima komisi sesuai dengan perjanjian yang akan dikirim sesuai dengan data (*account*) pihak ketiga tersebut.<sup>36</sup>

Teknologi internet mempengaruhi *marketing mix* dalam 4P yaitu sebagai berikut:

- a. *Product* (produk). Teknologi internet telah menghasilkan suatu variasi-variasi produk yang inovatif dalam hal penciptaan (*creating*), penyampaian (*delivering*) dan pembacaan pesan (*reading messages*).
- b. *Pricing* (penetapan harga). Teknologi internet membalikkan strategi penetapan harga. Aktivitas barter, penawaran penetapan harga yang dinamis, dan penetapan harga individual, sekarang umumnya berlangsung secara individual.
- c. *Place* (distribusi). Pemasar (*e-marketer*) menggunakan internet sebagai saluran distribusi langsung untuk produk-produk digital dan sebagai media penjualan eceran elektronik.
- d. *Promotion* (promosi). Internet membantu komunikasi dalam dua cara: *one to one web pages*, percakapan melalui *email*, dan konferensi email melalui *newgroup* serta *mailing list*.<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup> *Ibid.*, h. 16-17.

<sup>37</sup> *Ibid.*, h. 17.

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pedagang dalam usahanya mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Berhasil tidaknya pemasaran dalam mencapai tujuan bisnis tergantung pada keahlian mereka dibidang pemasaran, produksi, keuangan, maupun bidang lainnya.<sup>38</sup>

Perencanaan pemasaran (*marketing planning*) adalah suatu bagian dari suatu desain untuk mencapai suatu tujuan. Tujuannya adalah untuk menciptakan nilai bagi konsumen dalam kondisi tetap menguntungkan perusahaan. Rencana pemasaran merangkum kebutuhan dan keinginan pasar, kekuatan dan kelemahan perusahaan dan para pesaing saat ini atau yang diperkirakan, dan desain untuk menciptakan nilai guna memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam kondisi tetap untung.<sup>39</sup>

Salah satu alasan mengapa suatu perusahaan mengalami kesulitan dalam mengembangkan rencana pemasaran adalah bahwa manajemen tidak memiliki arahan bagaimana proses tersebut harus dikelola. Mulai dari tinjauan ulang, kemudian tujuan, strategi, program, anggaran, dan kembali lagi hingga suatu kompromi dapat dicapai diantara apa yang diinginkan dan apa yang diperkirakan dengan memperhatikan hambatan-hambatan yang dimiliki masing-masing perusahaan.<sup>40</sup>

---

<sup>38</sup> Ali Sadikin, Isra Misra dan Muhammad Sholeh Hudin, *Pengantar Manajemen dan Bisnis*, Yogyakarta: K-Media, 2020, h. 190-191.

<sup>39</sup> *Ibid.*, h. 192.

<sup>40</sup> *Ibid.*, h. 192-193.

Dalam *affiliate marketing* juga perlu adanya manajemen risiko. Manajemen risiko merupakan sebuah pendekatan yang dilakukan terhadap risiko yaitu dengan memahami, mengidentifikasi dan mengevaluasi risiko suatu proyek. Manajemen risiko yang layak yaitu manajemen risiko yang mengaplikasikan kemungkinan-kemungkinan di masa mendatang dan bersifat proaktif dari ada reaktif. Sehingga, manajemen risiko tidak hanya mengurangi kecenderungan terjadinya risiko namun juga dampak yang timbul.<sup>41</sup>

Proses manajemen risiko terbagi menjadi empat langkah yaitu sebagai berikut:

- a. *Identify risk*
- b. *Evaluate risk*
- c. *Select risk management techniques*
- d. *Implement and review techniques*<sup>42</sup>

Manajemen risiko memiliki tujuan yaitu meningkatkan kinerja, mendorong untuk inovasi, dan mendukung pencapaian sasaran perusahaan. Manajemen risiko memiliki prinsip-prinsip yang digunakan untuk landasan mengelola risiko dan harus dipertimbangkan ketika akan menetapkan kerangka kerja dan proses manajemen risiko.<sup>43</sup> Manajemen risiko yang efektif memerlukan elemen-elemen sebagai berikut:

---

<sup>41</sup> Isra Misra, Sofyan Hakim dan Agus Pramana, *Manajemen Risiko*, Yogyakarta: K-Media, 2020, h. 3-4.

<sup>42</sup> *Ibid.*, h. 4.

<sup>43</sup> *Ibid.*

a. Terintegrasi

Integrasi yaitu bagian terpadu dari semua kegiatan di dalam organisasi atau perusahaan.

b. Terstruktur dan menyeluruh

Pendekatan yang terstruktur dan komprehensif pada manajemen risiko yang memberikan hasil yang konsisten dan dapat dibandingkan.

c. Disesuaikan dengan kebutuhan

Kerangka kerja dan proses manajemen risiko harus disesuaikan dengan penggunaannya dan sebanding dengan konteks eksternal dan internal, termasuk juga terhadap sasaran yang terkait.

d. Inklusif

Yang dimaksud inklusif yaitu keterlibatan para pemangku kepentingan secara memadai dan tepat waktu, dalam kegiatan berbagi pengetahuan, dan pandangannya untuk dijadikan pertimbangan.

e. Dinamis

Sebuah risiko dapat muncul, berubah atau hilang ketika terjadi perubahan konteks eksternal maupun konteks internal. Manajemen risiko akan mengantisipasi, memindai dan memahami serta menangani perubahan dan peristiwa yang terjadi secara memadai dan tepat waktu.

f. Informasi terbaik yang tersedia

Manajemen risiko secara tegas menyatakan keterbatasan dari informasi yang tersedia dan juga ketidakpastian yang melekat pada informasi dan harapan tersebut.

g. Faktor budaya dan manusia

Budaya dan manusia adalah hal yang tidak bisa dipisahkan dan sangat mempengaruhi penerapan seluruh aspek manajemen risiko pada setiap tingkatan.

h. Perbaikan sinambung

Manajemen risiko melakukan perbaikan terus menerus berdasarkan pengalaman dan pembelajaran.<sup>44</sup>

Prinsip manajemen risiko tidak mengharuskan untuk dilakukan secara kaku, tetapi prinsip ini dapat digunakan sebagai panduan yang membantu dalam merancang penerapan dan pengawasan kerangka kerja dan proses manajemen risiko.<sup>45</sup>

#### 4. Ekonomi Islam

Ekonomi Islam adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang menyoroti hal-hal yang berkaitan dengan adanya masalah perekonomian. Sama halnya dengan konsep ekonomi konvensional lainnya, hanya saja dalam memberikan solusi alternatif ekonomi Islam ini bertumpu pada nilai-nilai Islam yang menjadi landasan dan dasar dalam setiap aktifitasnya.

Ekonomi Islam menjadi rahmat bagi seluruh alam yang mana tidak hanya terbatas oleh ekonomi, sosial, budaya, dan politik. Ekonomi Islam ini mampu menangkap nilai fenomena masyarakat sehingga dalam perjalanannya tanpa meninggalkan sumber teori ekonomi Islam.

---

<sup>44</sup> *Ibid.*, h. 4-5.

<sup>45</sup> *Ibid.*, h. 5.

Menurut perspektif ekonomi Islam, ada satu titik awal yang benar-benar harus kita perhatikan yaitu: ekonomi dalam Islam itu sesungguhnya bermuara kepada akidah Islam, yang bersumber dari syariatnya. Ini baru dari satu sisi. Sedangkan dari sisi lain ekonomi Islam bermuara pada pada *Al-Qur'an al-Karim* dan *As-Sunnah Nabawiyah* yang berbahasa Arab.<sup>46</sup> Istilah ekonomi dalam bahasa Arab terbentuk dari kata *al-iqtisad*, yang secara bahasa berarti kesederhanaan dan kehematan. Berdasarkan makna ini *al-iqtisad* berkembang dan meluas sehingga mengandung makna *ilm al-iqtisad*, yakni ilmu yang berkaitan dengan ekonomi.<sup>47</sup>

Menurut Hasanuzzaman, ekonomi Islam adalah ilmu dan aplikasi petunjuk dan aturan syariah yang mencegah ketidakadilan dalam memperoleh dan menggunakan sumber daya material agar memenuhi kebutuhan manusia dan agar dapat menjalankan kewajibannya kepada Allah dan masyarakat.<sup>48</sup> Menurut M. Umer Chapra, ekonomi Islam adalah sebuah pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas yang berada dalam koridor yang mengacu pada pengajaran Islam tanpa memberikan kebebasan individu atau tanpa perilaku makro ekonomi yang berkesinambungan dan tanpa ketidakseimbangan lingkungan.<sup>49</sup>

---

<sup>46</sup> Mustafa Edwin Nasution dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2012, h. 15.

<sup>47</sup> M. Amin Suma, *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*, Jakarta: Kholam Publishing, 2008, h. 47.

<sup>48</sup> Veitzhal Rivai, *Islamic Economics*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009, h. 11.

<sup>49</sup> Mustafa Edwin Nasution dkk, *Pengenalan Eksklusif*, h. 16.

Menurut Khan, ekonomi Islam yaitu suatu upaya memusatkan perhatian pada studi tentang kesejahteraan manusia yang dicapai dengan mengorganisasikan sumber daya di bumi atas dasar kerja sama dan partisipasi. Menurut Khurshid Ahmad, ekonomi Islam adalah suatu upaya sistematis untuk memahami masalah ekonomi dan perilaku manusia yang berkaitan dengan masalah itu dari perspektif Islam.<sup>50</sup> Sedangkan menurut M. Abdul Mannan, ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.<sup>51</sup>

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari perilaku muslim dalam kegiatan ekonomi yang mengikuti ajaran agama sesuai dengan al-Qur'an, hadits, *ijma'*, dan *qiyas*.

Kekuatan penggerak utama ekonomi Islam adalah kerja sama. Seorang muslim apakah ia sebagai pembeli, penjual, penerima upah, pembuat keutungan, dan sebagainya, harus berpegang pada tuntunan Allah SWT. Seperti Firman-Nya dalam Al-Qur'an Surah An-Nisa [4] ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا.

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku atas

<sup>50</sup> *Ibid.*

<sup>51</sup> M. Abdul Mannan, *Hukum Ekonomi Syariah*, Jakarta: Kencana, 2012, h. 6.

*dasar suka sama suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu.”<sup>52</sup>*

Prinsip ekonomi Islam merupakan pengembangan dari beberapa filosofi dasar Islam. Salah satunya yaitu tauhid. Tauhid bukan hanya berfokus menegaskan adanya Allah SWT, tetapi juga meyakini kesatuan penciptaan, kesatuan kemanusiaan, kesatuan tuntutan hidup dan kesatuan tujuan hidup, yang semuanya derivasi dari kesatuan ketuhanan.<sup>53</sup>

Nilai-nilai dasar ekonomi Islam adalah seperangkat nilai yang telah diyakini dengan segenap keimanan, dimana ia akan menjadi landasan paradigma ekonomi Islam. Dua sumber normatif tertinggi dalam agama Islam yang memuat nilai-nilai dasar baik dari segi nilai filosofis, instrumental maupun institusional yaitu didasarkan atas al-Qur'an dan hadits. Inilah hal utama yang membedakan antara ekonomi Islam dengan ekonomi konvensional, yaitu ditematkannya sumber ajaran agama sebagai sumber utama ilmu ekonomi.<sup>54</sup>

Nilai-nilai dari ekonomi Islam menurut Mohammad Daud Ali mencakup nilai kepemilikan (tauhid), nilai keadilan, dan nilai keseimbangan. Maksud dari nilai keseimbangan disini misalnya terwujud dalam kesederhanaan dan menjauhi keborosan. Nilai keseimbangan harus dijaga sebaik-baiknya bukan saja antara kepentingan dunia melainkan

---

<sup>52</sup> An-Nisa' [4]: 29.

<sup>53</sup> Muhammad dan Rahmad Kurniawan, *Visi dan Aksi Ekonomi Islam*, Malang: Inti Media, 2014, h. 20.

<sup>54</sup> Ly Fairuzah Aisyah, "*Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Usaha Bisnis Busana Muslim (Studi pada CV. Azka Syahrani Collection)*", Skripsi Sarjana, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2011, h. 15-16.

juga akhirat, akan tetapi juga keseimbangan perorangan dengan kepentingan umum.<sup>55</sup>

Menurut Yusuf Qardhawi nilai-nilai tersebut terdiri atas nilai illahiyah (tauhid), nilai akhlak (berkaitan dengan sifat Rasul), nilai kemanusiaan (khalifah), dan nilai pertengahan/keseimbangan.<sup>56</sup>

Berbeda sedikit dengan kedua pendapat di atas Adiwarman A. Karim menjelaskan nilai-nilai dari ekonomi Islam sebagai berikut:

a. Tauhid (keesaan Tuhan)

Tauhid merupakan fondasi ajaran Islam. Dengan tauhid, manusia menyaksikan bahwa *“tiada satu pun yang layak disembah selain Allah, dan tidak ada pemilik langit, bumi dan isinya selain daripada Allah”*. Karena Allah adalah pencipta alam semesta beserta isinya dan sekaligus pemiliknya, termasuk pemilik manusia dan seluruh sumber daya yang ada, maka Allah adalah pemilik yang hakiki sedangkan manusia hanya diberi amanah untuk memiliki sementara waktu sebagai ujian bagi mereka. Dalam Islam tujuan diciptakannya manusia adalah untuk beribadah kepadaNya, karena itu segala aktifitas manusia dalam hubungannya dengan alam (sumber daya) dan manusia (muamalah) harus dibingkai kerangka dengan

---

<sup>55</sup> Uswatun Khasanah, *“Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penetapan Harga Cabai di Pasar Plaza Bandar Jaya Lampung Tengah”*, Skripsi Sarjana, Lampung: IAIN Metro, 2018, h. 18-19.

<sup>56</sup> *Ibid.*, h. 19.

Allah serta mempertanggungjawabkan segala perbuatan manusia, termasuk aktifitas ekonomi dan bisnis.<sup>57</sup>

b. Nubuwwah (kenabian)

Sifat-sifat utama Nabi Muhammad SAW. yang harus diteladani oleh manusia pada umumnya serta pelaku ekonomi dan bisnis khususnya, adalah sebagai berikut:

1) *Siddiq* (benar, jujur)

Sifat *siddiq* harus menjadi visi hidup setiap muslim yakni “hidup kita berasal dari Yang Maha Benar maka hidup di dunia harus dijalani dengan benar juga”. Dari konsep *siddiq* ini, muncullah konsep turunan khas ekonomi dan bisnis, yakni efektifitas (mencapai tujuan yang tepat, benar) dan efisiensi (melakukan kegiatan dengan benar, yakni menggunakan teknik dan metode yang tidak menyebabkan kemubadziran. Karena mubazir berarti tidak benar).

2) *Amanah* (tanggung jawab, kepercayaan, kredibilitas)

Amanah harus menjadi misi hidup setiap muslim, karena sifat ini akan membentuk kredibilitas yang tinggi dan sikap penuh tanggung jawab yang penuh pada setiap individu muslim. Sifat Amanah memainkan peranan yang fundamental dalam ekonomi dan bisnis, karena tanpa kredibilitas dan tanggung jawab kehidupan ekonomi dan bisnis akan hancur.

---

<sup>57</sup> *Ibid.*, h. 19-20.

3) *Fathanah* (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektualitas)

Sifat ini dipandang sebagai strategi hidup setiap muslim. Potensi paling berharga dan termahal yang hanya diberikan pada manusia adalah akal (intelektualitas). Adapun implikasi ekonomi dan bisnis dari sifat ini adalah bahwa segala aktifitas harus dilakukan dengan ilmu, kecerdikan dan pengoptimalan semua potensi akal.

4) *Tabligh* (komunikasi, keterbukaan, pemasaran)

Sifat ini merupakan taktik hidup muslim, karena setiap muslim mengemban tanggung jawab, yakni menyeru, mengajak, serta memberitahu.

5) *'Adl* (keadilan)

Manusia sebagai khalifah di muka bumi harus memelihara hukum Allah di bumi dan menjamin bahwa pemakaian segala sumber daya diarahkan untuk kesejahteraan manusia. Implikasi ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak boleh mengejar keuntungan pribadi bila hal tersebut merugikan orang lain atau merusak alam.

6) *Khilafah* (pemerintahan)

Makna khilafah dalam Islam adalah pemerintah memainkan peranan kecil tetapi sangat penting dalam perekonomian. Peran utamanya adalah untuk menjamin perekonomian agar berjalan sesuai dengan syariah dan untuk memastikan supaya tidak terjadi

pelanggaran terhadap hak-hak manusia dengan tujuan untuk memajukan kesejahteraan masyarakat.

7) *Ma'ad* (hasil)

Kata *ma'ad* sering diterjemahkan sebagai “kebangkitan”, tetapi secara harfiah *maad* berarti “kembali”. Pandangan yang khas dari seorang muslim tentang dunia dan akhirat dirumuskan sebagai “dunia sebagai ladang akhirat”. Artinya dunia adalah ladang wahana bagi manusia untuk bekerja dan beraktifitas (beramal saleh).<sup>58</sup>

Secara komprehensif ruang lingkup dalam ekonomi Islam adalah bermuamalah, yang mana dalam bermuamalah harus adanya nilai-nilai universal yang terkandung diantaranya yaitu nilai-nilai *tauhid* (keesaan Tuhan), *'adl* (keadilan), *nubuwwah* (kenabian), *khilafah* (pemerintahan), dan *ma'ad* (hasil).<sup>59</sup>

Sedangkan secara umum ruang lingkup ekonomi Islam meliputi aspek ekonomi, yaitu antara lain *shirkah*, *mudarabah*, *murabahah*, *khiyar*, *istisna*, *ijarah*, *salam*, *kafalah*, *hawalah*, dan lain-lain. Tetapi dalam aspek kerja sama yang paling banyak dilakukan adalah bagi hasil, yaitu *shirkah* dan *mudarabah*.<sup>60</sup>

---

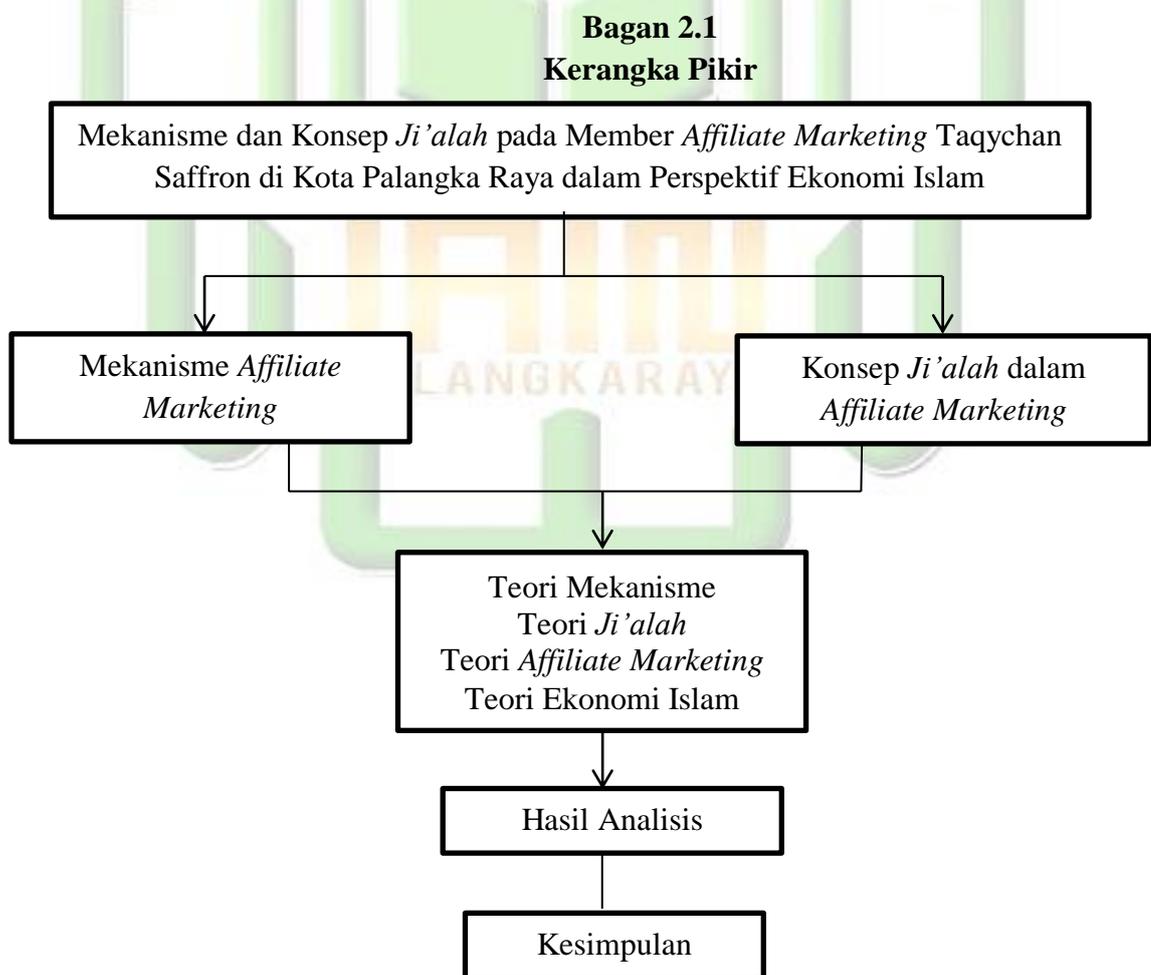
<sup>58</sup> Ibid., h. 20-22.

<sup>59</sup> Adiwarmanto A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007, h.

<sup>60</sup> Ibid.

### C. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran merupakan alur yang akan peneliti lakukan sebagai dasar penelitian. Judul yang diangkat peneliti tentang “Mekanisme dan Konsep *Ji’alah* pada Member *Affiliate Marketing* Taqychan Saffron di Kota Palangka Raya dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Penelitian ini menggambarkan bagaimana mekanisme (cara kerja) dan juga konsep *ji’alah* pada member *affiliate marketing* Taqychan Saffron dengan tujuan agar masyarakat mengetahui hal tersebut. Berdasarkan penjelasan di atas maka peneliti membuat skematika dalam bentuk bagan dibawah ini:



#### D. Pertanyaan Penelitian

Agar wawancara lebih terarah dan terstruktur, maka dibuat daftar pertanyaan. Adapun pertanyaan penelitian yang ditujukan kepada subjek adalah sebagai berikut:

1. Apakah saudara/i mengetahui *affiliate marketing*?
2. Mengapa saudara/i tertarik untuk bergabung menjadi *affiliate* Taqychan Saffron?
3. Bagaimana mekanisme (cara kerja) dari *affiliate marketing* Taqychan Saffron ini?
4. Apa saja produk yang ditawarkan?
5. Siapa saja target pasarnya?
6. Bagaimana strategi saudara/i dalam mempromosikan produk?
7. Apakah ada kendala dalam bisnis ini?
8. Apa saja keuntungan yang didapat setelah bergabung menjadi *affiliate* Taqychan Saffron?
9. Bagaimana sistem penyaluran *fee* (komisi) *affiliate marketing* pada Taqychan Saffron?
10. Kapan penyaluran *fee* (komisi) bisa diterima?

Sedangkan pertanyaan penelitian yang ditujukan kepada informan, adalah sebagai berikut:

1. Apa yang menyebabkan saudara/i membeli produk Taqychan Saffron?
2. Dari mana saudara/i mengetahui produk Taqychan Saffron?
3. Bagaimana harga yang ditawarkan oleh Taqychan Saffron?

4. Menurut anda apakah harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas yang ditawarkan?
5. Menurut Anda bagaimana pelayanan yang ditawarkan oleh Taqychan Saffron?



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang pengumpulan datanya dilakukan di lapangan, seperti di lingkungan masyarakat, lembaga-lembaga dan organisasi kemasyarakatan dan lembaga pemerintahan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yakni suatu penelitian yang bertujuan untuk menerangkan fenomena sosial atau suatu peristiwa. Hal ini sesuai dengan definisi penelitian kualitatif yaitu suatu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan dari perilaku yang dapat diamati.<sup>61</sup>

Menurut Sudyaharjo, kualitatif merupakan sekumpulan metode pemecahan masalah yang terencana dan cermat dengan desain yang cukup longgar, pengumpulan data lunak, dan tertuju pada penyusunan teori yang disimpulkan melalui induksi langsung. Penelitian kualitatif deskriptif dimaksudkan untuk memberikan data yang seteliti mungkin tentang manusia, keadaan atau gejala-gejala lainnya. Terutama untuk mempertegas hipotesa-hipotesa, agar dapat membantu dalam memperkuat teori-teori lama, atau di dalam kerangka menyusun teori-teori baru.<sup>62</sup>

---

<sup>61</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015, h. 4.

<sup>62</sup> Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Teras, 2011, h.5.

Penelitian ini memiliki prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka, dari orang atau perilaku yang dapat diamati. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya.<sup>63</sup>

Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dalam penelitian ini dimaksudkan agar peneliti dapat mengetahui dan menggambarkan secara rinci dan berupaya mengungkapkan bagaimana mekanisme (cara kerja) *affiliate marketing* serta dalam konsep *ji'alah*. Dengan penelitian ini peneliti mendeskripsikan temuan-temuan yang merupakan data bersama dan keunikan-keunikan yang ditemukan di lapangan.

## **B. Waktu dan Tempat Penelitian**

Waktu yang dibutuhkan peneliti untuk melakukan penelitian mengenai “Mekanisme dan Konsep *Ji'alah* pada Member *Affiliate Marketing* Taqychan Saffron di Kota Palangka Raya dalam Perspektif Ekonomi Islam” ini pelaksanaannya selama 2 (dua) bulan yaitu terhitung dari bulan Agustus 2021 s/d September 2021, setelah penyelenggaraan seminar Proposal dan telah mendapatkan surat izin dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Alokasi waktu tersebut dipergunakan untuk pengumpulan data dan fakta berupa informasi dari subjek ataupun objek yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti di lapangan yang dituangkan dalam bentuk skripsi.

---

<sup>63</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 6.

Sedangkan untuk lokasi penelitian dilaksanakan di tempat berdiam member *affiliate marketing* Taqychan Saffron yang berada di sekitar Kota Palangka Raya dan juga melalui website [web.taqychansaffron.com](http://web.taqychansaffron.com) dan dengan memanfaatkan media website tersebut untuk perolehan data dari berbagai sumber diharapkan dapat memudahkan peneliti mendapatkan data penelitian sesuai dengan poin yang ingin peneliti teliti.

### C. Subjek dan Objek Penelitian

Pada tahap ini peneliti berusaha mencari dan mengumpulkan berbagai sumber data yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini terdapat data utama (*primer*) dan data pendukung (*sekunder*). Data primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertanyaan.<sup>64</sup> Data sekunder adalah data yang sudah tersusun dan sudah dijadikan dalam bentuk dokumen-dokumen.<sup>65</sup>

Adapun subjek dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan informan serta hasil wawancara akan disajikan secara deskriptif. Subjeknya ini yaitu orang-orang yang terlibat langsung yaitu member *affiliate marketing* Taqychan Saffron yang berada di Kota Palangka Raya untuk dapat memberikan data primer dalam penelitian ini. Sedangkan objek penelitian ini adalah mengenai mekanisme (cara kerja) *affiliate marketing* dan bagaimana konsep *ji'alah* dalam *affiliate marketing* pada member Taqychan Saffron. Maka peneliti penting memandang untuk

---

<sup>64</sup> Suryosubroto, *Manajemen Pendidikan di Sekolah*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010, h. 39.

<sup>65</sup> *Ibid*, h. 40.

dilakukan sebuah pengambilan sampel data yang meliputi dari member *affiliate marketing* Taqychan Saffron.

Kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini memiliki klasifikasi dalam menentukan sumber data yang dipilih. Sumber data secara *purposive sampling* yang dilakukan dalam menentukan sumber data menjadi ketentuan bagi peneliti dalam menjalankan pengumpulan data yang diharapkan mampu tercapai.<sup>66</sup>

Teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu.<sup>67</sup> Teknik *purposive sampling* dipandang lebih mampu menangkap kelengkapan data dalam menghadapi realitas yang tidak tunggal. Oleh karena itu pilihan sampel diarahkan pada sumber data (informan) yang dipandang mengetahui informasi penting yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti.<sup>68</sup>

Pengambilan sumber data dengan cara demikian dianggap sangat membantu dan mempermudah dengan cara yang ditempuh dalam pengambilan data. Maka data yang dipilih adalah orang-orang yang dianggap sangat mengetahui permasalahan yang ada dan jumlahnya disesuaikan dengan kebutuhan seperti dalam sifat penelitian ini. Kewenangan dalam masalah tersebut membuat keterpilihan sebagai sumber data disesuaikan dengan ketentuan kebutuhan penelitian. Karena dengan sumber data penting tersebut apabila belum memenuhi kriteria dan kelengkapan dalam mencari data maka

---

<sup>66</sup> Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial lainnya*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012, h. 63.

<sup>67</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2012, h. 126.

<sup>68</sup> Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*, Solo: Cakra Books, 2014, h. 102.

akan diambil sebagai sumber data sesuai dengan potensi orang-orang sebagai data yang sesuai kebutuhan.

Untuk menentukan sumber data yang akan dijadikan sebagai data dalam penelitian, maka berbagai kriteria yang bisa dijadikan sebagai bentuk dimana penelitian ini mendahulukan kepentingan dari pengumpulan data yang disesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan penelitian.

Dalam menentukan subjek, peneliti merumuskan beberapa kriteria dari member *affiliate marketing* Taqychan Saffron di Kota Palangka Raya, sebagai berikut :

1. Sudah bergabung menjadi *affiliate marketing* Taqychan Saffron minimal 3 bulan.
2. Tergolong aktif.
3. Mempunyai akun media sosial untuk promosi produk.
4. Sudah menjual produk Taqychan Saffron.
5. Sudah terbukti mendapatkan komisi.

Maka berdasarkan berbagai uraian di atas yang bisa dijadikan sebagai pijakan dalam penentuan sumber data dengan menitikberatkan pada pengetahuan dan pengalaman dalam menguasai *affiliate marketing* adalah orang-orang yang dianggap mengetahui dan memahami tentang program kerja *affiliate marketing*. Berdasarkan hal tersebut, maka subjek dalam penelitian ini berjumlah empat orang yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Subjek Penelitian**

No.	Nama	Jenis Kelamin	Status
1.	NA	P	<i>Affiliate Marketing</i> Taqychan Saffron
2.	AMU	P	<i>Affiliate Marketing</i> Taqychan Saffron
3.	DH	L	<i>Affiliate Marketing</i> Taqychan Saffron
4.	AWP	L	<i>Affiliate Marketing</i> Taqychan Saffron

*Dibuat oleh Peneliti 2021*

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam sebuah penelitian, karena tujuan dari sebuah penelitian adalah mendapatkan data dari sumber data. Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dilakukan dengan cara dan teknik dilapangan menggunakan berbagai cara dan pendekatan yang sesuai. Untuk pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik sebagai berikut:

##### 1. Teknik Observasi

Teknik Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.<sup>69</sup> Dalam

---

<sup>69</sup> Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011, h. 104.

penelitian ini, peneliti menggunakan teknik observasi partisipatif aktif (*active participation observation*) dimana peneliti akan ikut terlibat dalam kegiatan sehari-hari orang/subjek yang sedang diamati ataupun berkesinambungan dalam memperhatikan kegiatan orang/subjek penelitian serta ikut melaksanakan apa yang dilakukan oleh informan penelitian.<sup>70</sup>

Teknik observasi partisipatif aktif ini peneliti gunakan untuk melakukan pengamatan secara langsung ke lapangan dan juga melihat langsung aktivitas *affiliate* baik secara *online* maupun *offline* hingga diperoleh data-data yang konkrit dari sumbernya dengan peninjauan mendalam tentang mekanisme dan konsep *ji'alah* pada member *affiliate marketing* Taqychan Saffron di kota Palangka Raya dalam perspektif ekonomi Islam.

## 2. Teknik Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai.<sup>71</sup>

---

<sup>70</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009, h. 228.

<sup>71</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana, 2012, h. 105.

Teknik wawancara dalam penelitian pendekatan kualitatif dibagi menjadi tiga kategori, yaitu sebagai berikut:

- a. Wawancara terstruktur (*structured interview*) peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh.
- b. Wawancara semi terstruktur (*semi structured interview*) menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya.
- c. Wawancara tak berstruktur (*unstructured interview*) wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.<sup>72</sup>

Adapun teknik wawancara yang digunakan oleh peneliti adalah teknik wawancara terstruktur atau wawancara sistematis, yaitu wawancara yang mengarah pada pedoman yang telah dirumuskan berdasarkan keperluan penggalian data dalam penelitian.<sup>73</sup> Pendekatan wawancara pada penelitian ini memakai wawancara postmodern. Wawancara postmodern adalah salah satu jenis wawancara kualitatif untuk mengungkapkan data dan informasi tentang berbagai jenis pengetahuan dan refleksi yang terjadi pada saat ini.<sup>74</sup>

Disini penelitalah yang berperan aktif untuk bertanya dan memancing pembicaraan menuju masalah tertentu kepada sumber data

---

<sup>72</sup> Fenti Hikmawati, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2017, h. 83.

<sup>73</sup> Imam Suprayogo dan Tobroni, *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003, h. 173.

<sup>74</sup> Hamid Patilima, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2011, h. 70.

atau informan, agar memperoleh jawaban dari permasalahan yang ada, sehingga diperoleh data penelitian dari sumber data member *affiliate marketing* Taqychan Saffron.

Data-data yang akan digali dalam penelitian ini meliputi:

- a. Bagaimana mekanisme (cara kerja) dari *affiliate marketing*?
- b. Bagaimana konsep *ji'alah* dalam *affiliate marketing* pada Taqychan Saffron?

### 3. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mengumpulkan data dengan melihat atau mencatat suatu laporan yang sudah tersedia. Dokumen sebagai metode pengumpulan data adalah setiap persyaratan tertulis yang disusun oleh seseorang atau lembaga untuk keperluan penguji suatu peristiwa.<sup>75</sup>

Dokumen yang dimaksudkan adalah data-data berbentuk tulisan, struktur, gambar, ataupun karya-karya, arsip kegiatan dan berbagai hal-hal yang berhasil terbukukan dengan rapi dan tepat. Berbagai data ini adalah yang seluruh isinya mengenai hal-hal yang menyangkut dari informan atau yang dijadikan sumber data penelitian.

Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data beberapa catatan dan laporan-laporan yang berhubungan dengan data yang digali. Adapun data dokumentasi yang peneliti perlukan dalam penelitian ini adalah gambaran umum tentang Taqychan Saffron serta foto-foto penelitian dan hasil wawancara. Selain itu peneliti juga memuat dokumen ketika

---

<sup>75</sup> Husen Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013, h. 93.

membuka website hingga bagaimana penyaluran komisi/pendapatan yang diterima dari website tersebut.

### **E. Pengabsahan Data**

Salah satu cara paling penting dan mudah dalam uji keabsahan hasil penelitian adalah dengan menggunakan triangulasi peneliti, metode, teori, dan sumber data. Dengan mengacu pada Denzin, menurutnya pelaksanaan teknis dari langkah pengujian keabsahan ini terbagi menjadi 4 macam triangulasi yaitu, peneliti, sumber, metode, dan teori.<sup>76</sup> Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.<sup>77</sup>

Teknik pengabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Sumber berarti membandingkan dan mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda. Misalnya membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara membandingkan antara apa yang dikatakan umum dengan yang dikatakan secara pribadi, membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang ada.<sup>78</sup>

---

<sup>76</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, 2007, h. 264.

<sup>77</sup> Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia, 2009, h. 143.

<sup>78</sup> Bachtiar S. Bachri, "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi pada Penelitian Kualitatif", *Jurnal Teknologi Pendidikan*, Vol. 10 No.1, April 2010, h. 56.

## F. Analisis Data

Setelah semua data terkumpul melalui instrumen pengumpulan data yang ada, maka tahap selanjutnya adalah menganalisa data-data tersebut. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>79</sup>

Analisis data diperlukan beberapa tahapan, seperti yang diungkapkan Bungin dalam bukunya Analisis Data Penelitian Kualitatif, yaitu dikatakan bahwa:

1. *Data collection* atau koleksi data ialah pengumpulan data dengan analisis data, yang mana data tersebut diperoleh selama melakukan pengumpulan data tanpa proses pemilahan.
2. *Data reduction* yaitu pengolahan data yang mencakup kegiatan mengikhtiarkan hasil pengumpulan data selengkap mungkin, dan memilah-milahnya ke dalam suatu konsep tertentu, kategori tertentu atau tema tertentu.
3. *Data display* atau penyajian data ialah data yang dari kancah penelitian dipaparkan secara ilmiah oleh peneliti dengan tidak menutupi kekurangan.

---

<sup>79</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 183.

4. *Conclusions drawing* atau penarikan kesimpulan dengan melihat kembali pada reduksi data (pengurangan data) dan data *display* sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari data yang diperoleh.<sup>80</sup>

## G. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab yang akan diulas secara rinci sebagai berikut:

Bab I, Pendahuluan yang berisi tentang latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II, Kajian Pustaka yang berisi pemaparan aspek-aspek teoritis tentang fenomena atau masalah yang diteliti. Sumber rujukan bab II adalah referensi atau literatur dari buku-buku, laporan penelitian terdahulu, tulisan pada jurnal ilmiah, situs internet, dan dokumentasi tertulis lainnya serta pemaparan tentang kerangka pemikiran peneliti.

Bab III, Metode Penelitian yang berisi waktu dan tempat penelitian, jenis pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, pengabsahan data dan analisis data.

Bab IV, Penyajian dan Analisis Data yang berisi tentang gambaran umum tempat penelitian dilakukan, deskripsi hasil penelitian, analisis hasil penelitian.

Bab V, Penutup terdiri dari kesimpulan dan saran dari peneliti yang terkait dengan penelitian tersebut.

---

<sup>80</sup> Burhan Bungin, *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005, h. 69.

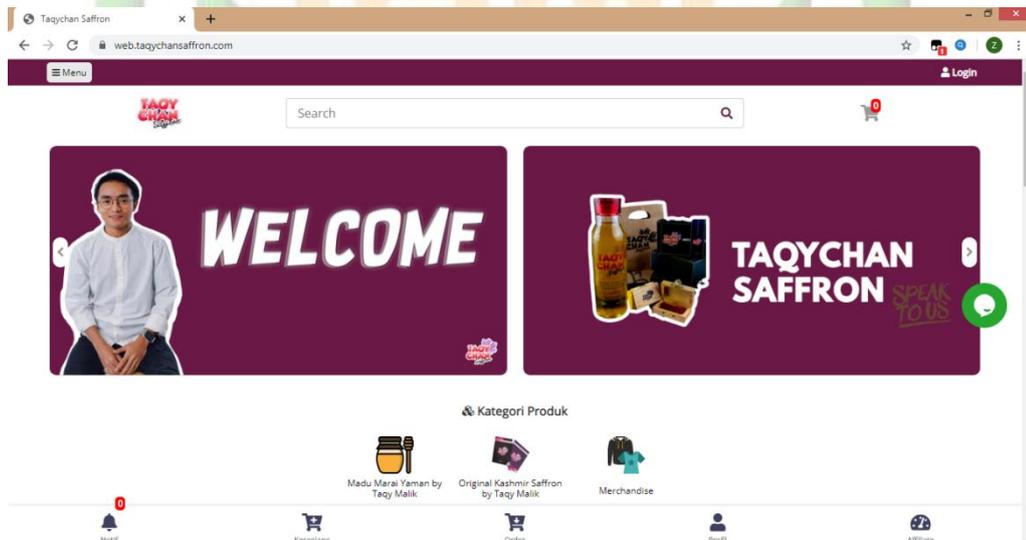
## BAB IV

### PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian peneliti adalah melalui *platform* atau ruang untuk berjualan berbentuk *e-commerce* yang bisa diakses melalui situs [web.taqychansaffron.com](http://web.taqychansaffron.com). Taqychan Saffron merupakan pelopor pertama Saffron Kashmir yang dikelola langsung oleh tokoh publik, yaitu Taqy Malik selaku CEO dari Taqychan Grup Indonesia. Kantor utamanya ini berada di Jakarta Selatan - Mampang Prapatan, DKI Jakarta.

Pada halaman awal *website*, pengunjung akan disuguhkan halaman *website* sebagai berikut:<sup>81</sup>



Gambar 4.1 Beranda *Website* Taqychan Saffron

Sumber: <https://web.taqychansaffron.com/>

---

<sup>81</sup> <https://web.taqychansaffron.com/> diakses tanggal 2 Agustus 2021 .

Pengunjung website bisa langsung memilih produk yang diinginkan sesuai dengan harga yang tertera. Untuk saat ini produk yang dijual masih terbatas. Sesuai dengan namanya, produk yang dijual ada Saffron Kashmir dengan beberapa varian ukuran, Madu Mara'i Yaman, dan T-Shirt serta Tumblr dari Taqychan Saffron.



Gambar 4.2 Varian Ukuran Saffron

Harga saffron Kashmir yang ditawarkan bervariasi mulai dari kemasan premium sampai kemasan sachet. Kemasan premium dihargai kurang lebih Rp600000 dengan berat 1 gram ditambah bonus sebuah tumblr. Sedangkan untuk kemasan sachet diberi harga Rp145000 untuk berat 0,25 gram dan Rp285000 untuk berat 0,5 gram dan paket coba-cobi seharga Rp50000.<sup>82</sup> Harganya tentu mengejutkan bagi yang pertama kali mengenal saffron tapi khasiat saffron Kashmir juga tidak main-main. Hitungannya untuk biaya kirim dari Kashmir ke Indonesia, *tax* dan cukainya di Indonesia. Dengan adanya saffron ini menjadi perantara kesembuhan banyak orang dari segala macam penyakit dengan izin Allah.

<sup>82</sup> [https://web.taqychansaffron.com/semua\\_produk](https://web.taqychansaffron.com/semua_produk) diakses tanggal 16 Oktober 2021.



Gambar 4.3 Logo Taqychan Saffron

Logo Taqychan Saffron diatas bertuliskan “TAQYCHAN Saffron” dan juga terdapat gambar putik bunga Saffron. Nama TAQYCHAN terdiri dari dua nama. TAQY diambil dari nama Taqy Malik selaku CEO Taqychan Saffron sendiri, sedangkan untuk CHAN itu diambil dari nama kartun Shinchan. Hal ini karena si CEO ini sering disebut *followersnya* memiliki alis tebal seperti Shinchan dan juga menirukan suara mirip Shinchan. Maka dinamakanlah TAQYCHAN gabungan dari nama Taqy Malik dan Shinchan. Untuk nama Saffron dan juga gambar putik bunga Saffron yang terdapat di logo itu merupakan produk utama yang dijual berupa putik dari bunga Saffron.<sup>83</sup>

Untuk mempromosikan produk Taqychan Saffron menjadi lebih luas lagi tanpa batasan, tidak hanya dari *followers* instagram @taqy\_malik maka dari itu diperlukan adanya sejumlah tenaga penjual (*affiliate*) untuk membantu menjualkan produk.

## B. Gambaran Subjek dan Informan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti mencantumkan subjek dan informan penelitian. Adapun gambaran dari subjek dan informan penelitian yang terdapat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>83</sup> Observasi Taqychan Saffron di Palangka Raya, 21 April 2021.

### 1. Gambaran Subjek Penelitian

Narasumber utama merupakan member *affiliate marketing* Taqychan Saffron Palangka Raya yang masih bergabung guna untuk menanyakan hal-hal yang berkaitan tentang mekanisme dan konsep *ji'alah* pada *affiliate marketing*.

### 2. Gambaran Informan Penelitian

Informan pada penelitian ini ialah konsumen Taqychan Saffron yang bermukim di Kota Palangka Raya dan telah melakukan pembelian produk lebih dari sekali.

**Tabel 4.1**  
**Subjek dan Informan Penelitian**

No.	Nama	Jenis Kelamin	Status
1.	NA	P	<i>Affiliate Marketing</i> Taqychan Saffron
2.	AMU	P	<i>Affiliate Marketing</i> Taqychan Saffron
3.	DH	L	<i>Affiliate Marketing</i> dan Konsumen Taqychan Saffron
4.	AWP	L	<i>Affiliate Marketing</i> Taqychan Saffron
5.	NH	P	Konsumen Taqychan Saffron
6.	U	P	Konsumen Taqychan Saffron

*Dibuat oleh Peneliti 2021*

### C. Penyajian Data

Peneliti sebelum memaparkan hasil penelitian, terlebih dahulu memaparkan tahap penelitian yang dilaksanakan. Tahapan diawali dengan penyerahan surat izin penelitian yang dikeluarkan oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Palangka Raya ke Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPM-PTSP) Kota Palangka Raya. Kemudian setelah mendapat tembusan tersebut selanjutnya peneliti terjun ke lapangan untuk melakukan pengambilan data. Setelah mendapatkan izin untuk melakukan penelitian, peneliti menemui empat orang sebagai subjek dalam penelitian yang mana selaku *affiliate marketing* Taqychan Saffron yang telah bersedia untuk diwawancarai dan juga mengetahui mengenai mekanisme dan bagi hasil dari *affiliate marketing* pada Taqychan Saffron. Selain itu juga terdapat tiga orang konsumen Taqychan Saffron sebagai informan tambahan dalam penelitian ini.

Adapun dalam melakukan wawancara, peneliti menanyakan berdasarkan format pedoman wawancara yang tersedia (terlampir), selanjutnya dari pihak narasumber menjawab pertanyaan peneliti dengan menggunakan bahasa Indonesia. Untuk penyajian hasil penelitian, peneliti menyajikan data hasil wawancara dengan bahasa Indonesia sepenuhnya, hal ini dimaksudkan untuk mempermudah penjelasan yang disampaikan oleh para narasumber, narasumber pada penelitian ini adalah member *affiliate marketing* Taqychan Saffron, serta konsumen Taqychan Saffron sebagai informan.

## 1. Penyajian Data Hasil Observasi

Salah satu teknik yang telah digunakan untuk menggali data dalam penelitian ini adalah observasi di lapangan, data yang diperoleh melalui observasi langsung di lapangan ini menunjukkan bahwa sebelum menjadi *affiliate marketing* pada Taqychan Saffron awal mulanya harus registrasi membuat akun di [web.taqychansaffron.com](http://web.taqychansaffron.com) dengan mengisi data pribadi seperti nama, e-mail, nomor handphone, dan juga kata sandi untuk akun tersebut. Jika akun sudah berhasil terdaftar, maka pilih *join affiliate* dan varian produk saffron yang ingin dibeli. Setelah itu akan ada admin yang menghubungi untuk masuk ke grup telegram khusus *affiliate marketing* Taqychan Saffron. Didalamnya ada banyak materi pembelajaran jualan secara online, *copywriting*, dan juga webinar setiap minggunya secara rutin.

Pada [web.taqychansaffron.com](http://web.taqychansaffron.com) itu terdapat dua jenis referral yang digunakan oleh *affiliate marketing* Taqychan Saffron yaitu melalui *link* dan *kode referral*. Pertama, *link referral* adalah link yang berbentuk alamat website yang disediakan oleh Taqychan Saffron untuk para member *affiliate* yang sudah resmi bergabung. Link ini terbagi menjadi 3 jenis yaitu ada *link referral produk*, *link referral kategori produk*, dan *link referral sales page* atau web utama Taqychan Saffron. Kedua, *kode referral* yang berbentuk kode atau kata yang dimasukkan oleh member di halaman registrasi. Member *affiliate* bisa memberikan kode referralnya kepada calon *customers* atau calon member ketika registrasi.

## 2. Hasil Wawancara Subjek

Berikut ini peneliti menyajikan data hasil wawancara dengan subjek. Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan 4 subjek yaitu member *affiliate marketing* Taqychan Saffron Palangka Raya yang masih aktif menjual produk Taqychan Saffron melalui media dan sudah terbukti mendapatkan komisi. Lebih jelasnya dibawah ini akan peneliti paparkan hasil wawancara yang telah dilakukan, yakni sebagai berikut:

### a. Subjek 1

Nama : NA  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Tanggal bergabung : 14 Februari 2020 - sekarang  
 Akun bisnis : Instagram  
 Alamat : Jalan Temanggung Tilung

Hasil wawancara narasumber dengan pertanyaan pertama apakah mengetahui *affiliate marketing*? Sebagaimana beliau menjelaskan:

“Iya, saya mengetahui. Kalo menurut saya mengenai *affiliate marketing* tuh gampang dan simple sih kak, jauh beda sama sistem MLM. Kalo di MLM kita harus perbanyak member dibawah kode referral kita atau semacamnya, tapi kalo di *affiliate* itu lebih fokus ke memasarkan produk dan memang tidak ada target penjualan dan hanya mengeluarkan modal kecil untuk daftar menjadi *affiliate*.”<sup>84</sup>

Kemudian beliau juga menjelaskan alasan bergabung menjadi *affiliate marketing* Taqychan Saffron:

“Karena lumayan menambah penghasilan hanya modal kuota dan seratus ribu buat gabung jadi member *affiliate* sudah bisa jualan

---

<sup>84</sup> Wawancara dengan NA, Senin 16 Agustus 2021 pukul 19.43 WIB.

tanpa modal uang. Hanya promosi ke kosumen, tidak nyetok barang dan tidak ditargetkan bila menjual.”<sup>85</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali bagaimana mekanisme (cara kerja) dari *affiliate marketing* Taqychan Saffron? Beliau menjawab:

“Seperti halnya makelar, kita menawarkan saffron ke calon pembeli. Ketika calon pembeli sudah melakukan transaksi pembelian, kita pihak *affiliate* akan mendapatkan keuntungan 15-20% dari harga penjualan saffron tersebut.”<sup>86</sup>

Lalu beliau juga menjelaskan produk yang ditawarkan: “Saffron berbagai kemasan dari 30 helai untuk coba-coba selama 10x minum, 0.25 gram, 0.5 gram, 1 gram, dan madu mara’i Yaman.”<sup>87</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali target pasarnya siapa saja? Beliau menjawab: “Semua umur, dan semua yang menginginkan sehat dan sayang dengan tubuhnya.”<sup>88</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali strategi yang digunakan dalam mempromosikan produk? Beliau menjawab: “Posting tiap hari, edukasi lebih ke calon pembeli, bukan hanya jadi penjual tapi juga jadi konsumen.”<sup>89</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali apakah ada kendala dalam bisnis ini? Beliau menjawab:

“Tidak semua orang mudah diedukasi dengan produk yang baru mereka kenal dan mencoba hal baru apalagi tentang obat herbal yang mau dikonsumsi, mungkin keragu-raguan atau takut kenapa-kenapa. Keuntungan atau profit masuknya sebulan sekali dan secara menyeluruh semua member *affiliate*, kadang ada sebagian

---

<sup>85</sup> *Ibid.*

<sup>86</sup> *Ibid.*

<sup>87</sup> *Ibid.*

<sup>88</sup> *Ibid.*

<sup>89</sup> *Ibid.*

member *affiliate* lain yang belum masuk profitnya atau mengalami keterlambatan. Komplain ketidaksesuaian susah disampaikan ke admin pusat, respon lama.”<sup>90</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali keuntungan yang didapat setelah bergabung menjadi *affiliate* Taqychan Saffron? Beliau menjawab:

“Ilmu bisnis atau marketing secara gratis seumur hidup tiap seminggu sekali dengan mentor yang sudah berpengalaman di bidang dunia bisnis. Mendapatkan keuntungan 15% tiap kali terjual barang, dan 5% royalti. Modal marketing sudah disediakan, tinggal kita pajang dan edukasi calon pembeli, tidak perlu memikirkan konten apalagi yang akan kita buat besok ya. Nambah teman dari sesama member *affiliate*, pembeli, calon pembeli, dan para *stock center* jadi kontak dan juga nambah bisa untuk modal jualan selain juga nambah banyak.”<sup>91</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali bagaimana sistem penyaluran *fee* (komisi) *affiliate marketing* pada Taqychan Saffron? Beliau menjawab:

“15% dari total penjualan suatu produk, dan 5% royalti dari pembelian *affiliate* lain yang bergabung pake kode referral kita.”<sup>92</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali kapan penyaluran *fee* (komisi) bisa diterima? Beliau menjawab: “Komisi *affiliate marketing* dibagikan tiap bulan awal pada tanggal 1 sampai tanggal 3, kadang jadwal pembagiannya tidak menentu.”<sup>93</sup>

Pernyataan di atas diperoleh dari sudut pandang NA selaku member *affiliate marketing* Taqychan Saffron Palangka Raya. Hal yang membuatnya tertarik menjadi *affiliate marketing* Taqychan Saffron yaitu karena menurut NA untuk menambah penghasilan dengan bermodalkan

---

<sup>90</sup> *Ibid.*

<sup>91</sup> *Ibid.*

<sup>92</sup> *Ibid.*

<sup>93</sup> *Ibid.*

kuota dan uang seratus ribu rupiah untuk registrasi menjadi member *affiliate marketing* Taqychan Saffron. Hanya dengan promosi ke konsumen, tidak perlu stok barang dan tidak ada target penjualan. Cara kerjanya dengan menawarkan saffron ke calon pembeli. Kemudian jika sudah melakukan pembelian, maka pihak *affiliate* akan mendapatkan keuntungan 15% hingga 20% dari harga penjualan saffron tersebut. Lalu untuk penyaluran *fee* (komisi) itu dilakukan setiap awal bulan, terkadang tidak menentu.

b. Subjek 2

Nama : AMU

Jenis Kelamin : Perempuan

Tanggal bergabung : 4 November 2020 - sekarang

Akun bisnis : Instagram

Alamat : Jalan Arut

Hasil wawancara narasumber dengan pertanyaan pertama apakah mengetahui *affiliate marketing*? Sebagaimana beliau menjelaskan:

“*Affiliate* adalah mempromosikan produk atau membagikan link website taqychan saffron dan membantu konsumen membeli dengan menggunakan kode referral *affiliate* untuk mendapatkan komisi.”<sup>94</sup>

Kemudian beliau juga menjelaskan alasan bergabung menjadi *affiliate marketing* Taqychan Saffron:

---

<sup>94</sup> Wawancara dengan AMU, Selasa 17 Agustus 2021 pukul 15.19 WIB.

“Karena bisnis ini sangatlah mudah dan simpel serta kita tidak harus mengeluarkan modal yang besar dan jam kerjanya pun sangatlah fleksibel.”<sup>95</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali bagaimana mekanisme (cara kerja) dari *affiliate marketing* Taqychan Saffron? Beliau menjawab:

“Cara kerjanya adalah seperti yang disebutkan sebelumnya yaitu kita hanya membagikan link website dan kita sudah dapat komisi sebesar 15% dengan menggunakan kode referral kita. Kalau ada yang beli, order di web dengan akun *customers*, atau *order* melalui akun *affiliate* dengan menggunakan alamat *customers*.”<sup>96</sup>

Lalu beliau juga menjelaskan produk yang ditawarkan: “Produk yang ditawarkan yang saya tau hanyalah dua yaitu saffron kashmir dan madu mara’i.”<sup>97</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali target pasarnya siapa saja? Beliau menjawab: “Kalau saya target pasarannya itu dari teman kerja dulu lalu ke orang terdekat saya yaitu kakak saya dan orang tua saya.”<sup>98</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali strategi yang digunakan dalam mempromosikan produk? Beliau menjawab:

“Strategi saya yaitu dengan mempromosikannya melalui media sosial seperti instagram. Mulai dari pengenalan tentang saffron, manfaat, harga dan testimoni.”<sup>99</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali apakah ada kendala dalam bisnis ini? Beliau menjawab:

---

<sup>95</sup> *Ibid.*

<sup>96</sup> *Ibid.*

<sup>97</sup> *Ibid.*

<sup>98</sup> *Ibid.*

<sup>99</sup> *Ibid.*

“Kendalanya yaitu ketika konsumen ragu dengan saffron kita apakah asli atau tidak nah disitu kita harus benar-benar meyakinkan mereka bahwa saffron yang kita jual 100% asli.”<sup>100</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali keuntungan yang didapat setelah bergabung menjadi *affiliate* Taqychan Saffron? Beliau menjawab:

“Keuntungannya yaitu kita dapat belajar bagaimana caranya agar menjadi pengusaha yang sukses, *upgrading skills* dalam *entrepreneur* dengan *coach* yang berpengalaman dibidangnya.”<sup>101</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali bagaimana penyaluran *fee* (komisi) *affiliate marketing* pada Taqychan Saffron? Beliau menjawab:

“Sistem bagi hasilnya itu dibagi menjadi dua yaitu untuk kita 15 atau 20% dan sisanya untuk distributor itu sendiri, semakin banyak member yang kita dapat semakin banyak juga keuntungan yang kita dapatkan.”<sup>102</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali kapan penyaluran *fee* (komisi) bisa diterima? Beliau menjawab: “Bagi hasil komisi itu penyalurannya setiap bulan tergantung dari tanggal mana kita mendaftar menjadi member *affiliate* itu sendiri.”<sup>103</sup>

Pernyataan di atas diperoleh dari sudut pandang AMU selaku member *affiliate marketing* Taqychan Saffron Palangka Raya. Hal yang membuatnya tertarik menjadi *affiliate marketing* Taqychan Saffron yaitu karena menurut AMU bisnis ini sangat mudah, tidak perlu mengeluarkan modal yang besar dan jam kerja yang fleksibel. Cara kerjanya dengan membagikan link website [web.taqychansaffron.com](http://web.taqychansaffron.com) menggunakan kode

---

<sup>100</sup> *Ibid.*

<sup>101</sup> *Ibid.*

<sup>102</sup> *Ibid.*

<sup>103</sup> *Ibid.*

refferal dan mendapatkan komisi sebesar 15% atau 20%. Kalau ada yang beli, order di web dengan akun *customers*, atau *order* melalui akun *affiliate* dengan menggunakan alamat *customers*. Lalu untuk penyaluran *fee* (komisi) itu dilakukan pada setiap awal bulan disesuaikan pada saat menjadi member *affiliate*.

c. Subjek 3

Nama : DH  
 Jenis Kelamin : Laki-Laki  
 Tanggal bergabung : 27 Agustus 2020 - sekarang  
 Akun bisnis : Instagram  
 Alamat : Jalan Lele IV

Hasil wawancara narasumber dengan pertanyaan pertama apakah mengetahui *affiliate marketing*? Sebagaimana beliau menjelaskan: “Iya, *affiliate marketing* ialah sistem bisnis bagi hasil yang mendapatkan komisi setelah menjual produk tersebut.”<sup>104</sup>

Kemudian beliau juga menjelaskan alasan bergabung menjadi *affiliate marketing* Taqychan Saffron:

“Karena ingin mendapatkan komisi terlebih lagi waktunya itu fleksibel dengan biaya pendaftaran yang sangat murah. Tidak perlu stok barang, kerjanya santai dan hasilnya menjanjikan.”<sup>105</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali bagaimana mekanisme (cara kerja) dari *affiliate marketing* Taqychan Saffron? Beliau menjawab:

<sup>104</sup> Wawancara dengan DH, Minggu 5 September 2021 pukul 09.19 WIB.

<sup>105</sup> *Ibid.*

“Cara kerja dari *affiliate marketing* itu sendiri ialah dengan mempromosikan produk Taqychan Saffron dan membantu konsumen membeli produk dengan kode referral. Cara simpelnya dengan memesan orderan untuk konsumen ke distributor terdekat dengan wilayah konsumen.”<sup>106</sup>

Lalu beliau juga menjelaskan produk yang ditawarkan: “Produk-produk yang ditawarkan ialah madu mara’i Yaman, saffron, dan *merchandise*.”<sup>107</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali target pasarnya siapa saja? Beliau menjawab: “Semua kalangan bisa, tapi biasanya orang yang sangat hati-hati masalah kesehatan atau yang sedang berikhtiar untuk menjadi sehat.”<sup>108</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali strategi yang digunakan dalam mempromosikan produk? Beliau menjawab:

“Dengan memanfaatkan sosmed dan menawarkan kepada orang-orang terdekat seperti keluarga dan teman dengan menjelaskan khasiat dari saffron.”<sup>109</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali apakah ada kendala dalam bisnis ini? Beliau menjawab: “Kendala dalam bisnis ini belum banyak orang yang tahu bahwa saffron sangat bermanfaat bagi kesehatan.”<sup>110</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali keuntungan yang didapat setelah bergabung menjadi *affiliate* Taqychan Saffron? Beliau menjawab:

---

<sup>106</sup> *Ibid.*

<sup>107</sup> *Ibid.*

<sup>108</sup> *Ibid.*

<sup>109</sup> *Ibid.*

<sup>110</sup> *Ibid.*

“Mendapat komisi dan mendapat ilmu dalam bagaimana caranya mempromosikan produk. Selain itu menjadi bagian dari keluarga besar Taqychan Saffron, dan mempunyai banyak teman.”<sup>111</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali bagaimana penyaluran *fee* (komisi) *affiliate marketing* pada Taqychan Saffron? Beliau menjawab:

“Sistem bagi hasil *affiliate* ketika sudah berhasil menjual produk maka akan mendapatkan komisi 15%. Bila mau mendapat komisi lebih besar ya kita punya target sendiri, untuk melihatnya penghitungan ada di *webstore* Taqychan Saffron dan nanti cair ke bank kita masing-masing setelah kita lengkapi bank yang ada di *webstore*.”<sup>112</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali kapan penyaluran *fee* (komisi) bisa diterima? Beliau menjawab:

“Komisi dapat diterima apabila sudah menjual produk Taqychan Saffron kepada konsumen, baru kemudian bisa menerima komisi yang diberikan setiap awal bulan pada tanggal 1.”<sup>113</sup>

Pernyataan di atas diperoleh dari sudut pandang DH selaku member *affiliate marketing* Taqychan Saffron Palangka Raya. Hal yang membuatnya tertarik bergabung menjadi *affiliate marketing* Taqychan Saffron yaitu karena menurut DH untuk menambah penghasilan, kerjanya santai tidak perlu repot mencari tempat untuk stok barang. Cara kerjanya ialah dengan mempromosikan produk Taqychan Saffron dan membantu konsumen membeli produk dengan menggunakan kode referral si *affiliate* ke distributor terdekat dengan wilayah konsumen yang dituju. Untuk penyaluran *fee* (komisi) yaitu ketika ia sudah menjual produk maka akan

---

<sup>111</sup> *Ibid.*

<sup>112</sup> *Ibid.*

<sup>113</sup> *Ibid.*

mendapatkan komisi sebesar 15% sesuai dengan yang tercantum di *webstore* khusus *affiliate* yang mana penyalurannya itu dilakukan pada setiap awal bulan.

d. Subjek 4

Nama : AWP

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Tanggal bergabung : 8 Agustus 2020 - sekarang

Akun bisnis : Instagram

Alamat : Jalan Dr. Murjani

Hasil wawancara narasumber dengan pertanyaan pertama apakah mengetahui *affiliate marketing*? Sebagaimana beliau menjelaskan:

“Iya. *Affiliate marketing* itu kak, nanti kakak setelah mendaftar menjadi *affiliate*, kakak akan membuat yang namanya kode referral. Kode referral ini nantinya digunakan pada saat membuat akun.”<sup>114</sup>

Kemudian beliau juga menjelaskan alasan bergabung menjadi *affiliate marketing* Taqychan Saffron:

“Karena tidak perlu modal banyak dan bisa menghasilkan uang sendiri walau hanya rebanan dengan cara yang mudah yaitu dengan mempromosikan produk ini.”<sup>115</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali bagaimana mekanisme (cara kerja) dari *affiliate marketing* Taqychan Saffron? Beliau menjawab:

“Seperti dropship, hanya perlu memasarkan dan menjual barang milik pihak lain (pusat) tanpa perlu membelinya terlebih dahulu (menyetok barang).”<sup>116</sup>

<sup>114</sup> Wawancara dengan AWP, Kamis 9 September 2021 pukul 07.41 WIB.

<sup>115</sup> *Ibid.*

Lalu beliau juga menjelaskan produk yang ditawarkan: “Produk yang dijual oleh Taqychan Saffron itu beragam sesuai dengan namanya produk utamanya ada saffron, madu dan produk lainnya.”<sup>117</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali target pasarnya siapa saja? Beliau menjawab: “Semua kalangan masyarakat luas, khususnya dari orang terdekat keluarga dan teman.”<sup>118</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali strategi yang digunakan dalam mempromosikan produk? Beliau menjawab: “Saya selalu membawa minuman saffron yang sudah di seduh, jadi kalo bertemu keluarga atau teman saya suruh coba.”<sup>119</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali apakah ada kendala dalam bisnis ini? Beliau menjawab:

“Alhamdulillah tidak ada. Sejauh ini belum menemukan kendalanya, masih berjalan lancar. Karena selalu optimis dan tidak patah semangat untuk promosi.”<sup>120</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali keuntungan yang didapat setelah bergabung menjadi *affiliate* Taqychan Saffron? Beliau menjawab: “Mempunyai teman dari berbagai provinsi, mendapat ilmu marketing baru di webinar setiap Selasa malam Rabu.”<sup>121</sup>

---

<sup>116</sup> *Ibid.*

<sup>117</sup> *Ibid.*

<sup>118</sup> *Ibid.*

<sup>119</sup> *Ibid.*

<sup>120</sup> *Ibid.*

<sup>121</sup> *Ibid.*

Kemudian peneliti bertanya kembali bagaimana penyaluran *fee* (komisi) *affiliate marketing* pada Taqychan Saffron? Beliau menjawab:

“Setiap produk yang berhasil ditawarkan, dapat komisi 15% perproduknya. Jadi sistem kerjanya yaitu kakak nanti membuat akun instagram, dan kakak akan memposting atau mempromosikan produk di akun tersebut, postingannya sudah tersedia semua di grup telegram. Apabila ada *customers* yang ingin membeli, maka kakak yang arahkan ke web dan masukkan kode referral yang sudah dibuat tadi, jadi 15% dari total pembelian *customers* kakak tadi akan menjadi keuntungan bagi kakak.”<sup>122</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali kapan penyaluran *fee* (komisi) bisa diterima? Beliau menjawab: “Jika melalui *webstore* komisi akan masuk diawal bulan, tapi bila melalui *marketplace* akan di *cashback* langsung oleh distributor.”<sup>123</sup>

Pernyataan di atas diperoleh dari sudut pandang AWP selaku member *affiliate marketing* Taqychan Saffron Palangka Raya. Hal yang membuatnya tertarik menjadi *affiliate marketing* Taqychan Saffron yaitu karena menurut AWP bisnis ini tidak perlu mengeluarkan modal yang banyak, hanya dengan mempromosikan produk tersebut melalui media sosial. Cara kerjanya mirip dengan dropship, hanya dengan memasarkan dan menjual barang milik pihak lain tanpa perlu menyediakan barangnya langsung. Untuk penyaluran *fee* (komisi) tiap-tiap produk akan mendapatkan komisi sebesar 15% yang mana penyaluran bagi hasilnya itu dilakukan setiap awal bulan sesuai dengan *webstore* Taqychan Saffron.

---

<sup>122</sup> *Ibid.*

<sup>123</sup> *Ibid.*

Dari beberapa hasil wawancara dan hasil observasi dengan member *affiliate marketing* dapat disimpulkan bahwa bisnis *affiliate marketing* pada Taqychan Saffron ini sama seperti umumnya yaitu membayar jasa dari seseorang yang sudah berhasil menjual produk atau jasa dari perusahaan tertentu dengan cara menyebarkan link atau kode referral dari website perusahaan tersebut.

Untuk kinerja dari *affiliate marketing* yaitu dengan membagikan link afiliasi yang ada dari Taqychan Saffron, kemudian pengunjung/pembeli mengklik link tersebut dan dibawa ke website Taqychan Saffron. Setelah itu pengunjung/pembeli membeli produk dari website Taqychan Saffron yang telah dibagikan, maka *affiliate* akan mendapatkan komisi dari penjualan produk Taqychan Saffron tersebut.

Penjualan setiap produk Taqychan Saffron dari akun affiliate itulah yang akan mendapatkan komisi 15%. Selain itu ada tambahan 5% bonus royalti dari member yang telah direkrut dan mereka aktif berjualan. Maka itulah yang akan terhitung dalam jumlah rupiah yang akan ditransfer secara berkala setiap bulannya.

Untuk pembagian komisi atau bagi hasil dari keuntungan penjualannya ini yaitu setelah Taqychan Saffron tutup buku pada setiap tanggal 27, maka komisi pada tanggal 28 dan seterusnya itu masuk ke perhitungan bulan selanjutnya. Sistem bagi hasil antara perusahaan Taqychan Saffron dengan *affiliate* memiliki ketentuan dengan batas minimal transfer yaitu sepuluh ribu rupiah dengan metode pembayaran melalui bank BCA.

### 3. Hasil Wawancara Informan

Berikut ini peneliti menyajikan data hasil wawancara dengan informan. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil 3 informan yaitu konsumen Taqychan Saffron yang bermukim di kota Palangka Raya yang telah melakukan pembelian produk Taqychan Saffron lebih dari sekali.

Berikut hasil wawancara informan penelitian:

#### a. Informan 1

Nama : NH  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Umur : 27 Tahun  
 Pekerjaan : Honorer  
 Alamat : Jalan Hiu Putih XII

Hasil wawancara konsumen dengan pertanyaan pertama apa yang menyebabkan membeli produk Taqychan Saffron? Sebagaimana beliau menjelaskan:

“Yang menyebabkan saya membeli produk Taqychan Saffron, awalnya saya nyoba aja, karena susah tidur kalo malam. Setelah minum alhamdulillah tidur gak selarut malam lagi, dan bangun pun tambah segar, dan saya juga membuatkan untuk suami saya yang pecandu roko, tiap malam sebelum tidur saya kasih saffron, alhamdulillah gak begadang lagi dan roko pun kurang sekarang.”<sup>124</sup>

Kemudian beliau juga menjelaskan darimana mengetahui produk Taqychan Saffron: “Dari media sosial instagram Taqy Malik. Berawal dari ketidaksengajaan melihat *story* beliau tentang saffron.”<sup>125</sup>

<sup>124</sup> Wawancara dengan NH, Kamis 19 Agustus 2021 pukul 20.02 WIB.

<sup>125</sup> *Ibid.*

Kemudian peneliti bertanya kembali bagaimana harga yang ditawarkan oleh Taqychan Saffron? Beliau menjawab:

“Harga wajar, karena ada harga ada kualitas dan banyak manfaat. Sesuai dengan manfaat yang saya rasakan ketimbang minum minuman obat kimia.”<sup>126</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali apakah harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas yang ditawarkan? Beliau menjawab:

“Sangat sebanding. Seperti yang saya sebutkan sebelumnya akan manfaat yang dirasakan dan badan terasa lebih buger dari sebelumnya dan pastinya produk yang dijual itu terjamin keasliannya.”<sup>127</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali bagaimana pelayanan yang ditawarkan oleh Taqychan Saffron? Beliau menjawab:

“Pelayanannya sangat cepat dan ramah. Respon yang diberikan pun membuat saya puas terkait tanggapan saya tentang pengiriman produk yang sempat terkendala.”<sup>128</sup>

Pernyataan di atas diperoleh dari sudut pandang NH selaku konsumen Taqychan Saffron di Palangka Raya. Hal yang membuatnya tertarik untuk membeli produk Taqychan Saffron yaitu karena menurut NH awalnya hanya mencoba untuk merasakan khasiatnya, tetapi lama kelamaan beliau mulai merasakan khasiatnya sehingga beliau melakukan pemesanan lagi selanjutnya. Begitu pun juga untuk harga dari produk Taqychan Saffron yang dijual sebanding dengan kualitas yang ditawarkan.

---

<sup>126</sup> *Ibid.*

<sup>127</sup> *Ibid.*

<sup>128</sup> *Ibid.*

## b. Informan 2

Nama : U  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Umur : 32 Tahun  
 Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga  
 Alamat : Jalan Junjung Buih V

Hasil wawancara konsumen dengan pertanyaan pertama apa yang menyebabkan membeli produk Taqychan Saffron? Sebagaimana beliau menjelaskan:

“Karena pengen mengkonsumsi dari manfaat saffron itu sendiri untuk minuman kesehatan keluarga dan saffron ini kan termasuk jenis saffron terbaik nomor satu di dunia dengan kualitas premium. Dibuktikan dengan sudah banyaknya testimoni yang terpercaya. Jadi saya merasa saya butuh untuk kesehatan saya sendiri. Dan saya sadar sehat itu mahal apalagi bila diharuskan mengkonsumsi obat-obatan.”<sup>129</sup>

Kemudian beliau juga menjelaskan darimana mengetahui produk Taqychan Saffron: “Saya mengetahui produk ini dari IG (instagram) Taqy pada saat dia memposting tentang saffron.”<sup>130</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali bagaimana harga yang ditawarkan oleh Taqychan Saffron? Beliau menjawab: “Kalo menurut saya sih lumayan mahal ya karena saya tau harga asal saffron waktu beli ketika umroh.”<sup>131</sup>

---

<sup>129</sup> Wawancara dengan U, Kamis 2 September 2021 pukul 07.10 WIB.

<sup>130</sup> *Ibid.*

<sup>131</sup> *Ibid.*

Kemudian peneliti bertanya kembali apakah harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas yang ditawarkan? Beliau menjawab:

“Ya sebanding aja sih karena kalo kita orang awam agak susah cari saffron yang benar-benar berkualitas tanpa tipu-tipu karena belanja online. Kalo taqychan saffron kan kita tau punya siapa, ya ga mungkin tipu-tipu dalam keaslian saffron kashmirnya.”<sup>132</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali bagaimana pelayanan yang ditawarkan oleh Taqychan Saffron? Beliau menjawab: “Baik dan respon yang diberikan juga cepat dalam melayani konsumen perihal pemesanan produk.”<sup>133</sup>

Pernyataan di atas diperoleh dari sudut pandang U selaku konsumen Taqychan Saffron di Palangka Raya. Hal yang membuatnya tertarik untuk membeli produk Taqychan Saffron yaitu karena menurut U manfaat saffron dapat dijadikan sebagai minuman kesehatan bagi keluarganya dan saffron dari Taqychan Saffron ini menjual jenis saffron dengan kualitas premium diakui di dunia sebagai rempah termahal. Begitu pun juga untuk harga dari produk Taqychan Saffron yang dijual sebanding dengan kualitas yang ditawarkan dan terbukti keasliannya, karena dipimpin langsung oleh tokoh publik, yaitu Taqy Malik.

c. Informan 3

Nama : DH

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Umur : 19 Tahun

---

<sup>132</sup> *Ibid.*

<sup>133</sup> *Ibid.*

Pekerjaan : Swasta

Alamat : Jalan Lele IV

Hasil wawancara konsumen dengan pertanyaan pertama apa yang menyebabkan membeli produk Taqychan Saffron? Sebagaimana beliau menjelaskan:

“Saya ingin mencoba khasiat dari produk Taqychan Saffron itu sendiri. Karena bisa menyembuhkan berbagai macam penyakit dan bisa meningkatkan imun tubuh sangat cocok untuk masa pandemi seperti sekarang.”<sup>134</sup>

Kemudian beliau juga menjelaskan darimana mengetahui produk Taqychan Saffron:

“Saya mengetahui produk Taqychan Saffron dari instagram Taqy Malik, owner dari produk tersebut dan juga pada saat itu kebetulan saya ingin menambah penghasilan kebutuhan sehari-hari menjadi *affiliate marketing* Taqychan Saffron.”<sup>135</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali bagaimana harga yang ditawarkan oleh Taqychan Saffron? Beliau menjawab:

“Harga yang ditawarkan tidak terlalu mahal, sangat sesuai dengan khasiat yang diperoleh. Misalnya saja seperti meningkatkan imun tubuh, sangat baik untuk kesehatan kulit dan banyak khasiat yang lainnya.”<sup>136</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali apakah harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas yang ditawarkan? Beliau menjawab:

“Harga yang ditawarkan sangat sebanding dengan kualitas yang diberikan dari produk tersebut. Karena saffron Kashmir merupakan

---

<sup>134</sup> Wawancara dengan DH, Minggu 5 September 2021 pukul 09.44 WIB.

<sup>135</sup> *Ibid.*

<sup>136</sup> *Ibid.*

saffron yang paling bagus dan berkhasiat ketimbang saffron jenis lainnya.”<sup>137</sup>

Kemudian peneliti bertanya kembali bagaimana pelayanan yang ditawarkan oleh Taqychan Saffron? Beliau menjawab:

“Menurut saya pelayanannya sangat ramah. Hal ini membuat konsumen tidak diabaikan walaupun sedang ramai konsumen yang membeli produk Taqychan Saffron”<sup>138</sup>

Pernyataan di atas diperoleh dari sudut pandang DH selaku konsumen Taqychan Saffron di Palangka Raya. Hal yang membuatnya tertarik untuk membeli produk Taqychan Saffron yaitu karena menurut DH ingin merasakan sendiri sejuta manfaat bunga saffron dari Taqychan Saffron ini secara langsung dibuktikan dengan beberapa testimoni yang ada. Begitu pun juga untuk harga dari produk Taqychan Saffron yang dijual sebanding dengan kualitas yang ditawarkan serta pelayanan yang diberikan kepada konsumen tidak mengecewakan.

#### **4. Penyajian Data Dokumentasi**

Peneliti juga melakukan dokumentasi guna memperkuat hasil penelitian. Dokumentasi dilakukan selama rentang waktu penelitian berlangsung. Dokumentasi yang peneliti dapatkan yaitu memuat tampilan hasil publikasi dari [web.taqychansaffron.com](http://web.taqychansaffron.com) ketika *affiliate marketing* membuka website

---

<sup>137</sup> *Ibid.*

<sup>138</sup> *Ibid.*

## D. Analisis Data Penelitian

Pada analisis data penelitian, peneliti akan mengkaji temuan-temuan data penelitian sesuai dengan dua rumusan masalah penelitian, yaitu bagaimana mekanisme (cara kerja) dari *affiliate marketing* serta bagaimana sistem bagi hasil *affiliate marketing* pada member Taqychan Saffron. Data serta temuan kedua rumusan masalah tersebut akan peneliti sandingkan langsung bersamaan dengan hasil wawancara sistematis yang telah peneliti lakukan terhadap subjek dan informan penelitian yang keseluruhannya akan peneliti sajikan secara kualitatif deskriptif berdasarkan pendekatan yang peneliti gunakan dalam penelitian ini.

### 1. Mekanisme *Affiliate Marketing*

Berdasarkan rumusan masalah pertama dalam penelitian ini yaitu bagaimana mekanisme (cara kerja) *affiliate marketing*. Mekanisme secara umum adalah sebuah proses pelaksanaan suatu kegiatan yang dilaksanakan oleh seseorang atau beberapa orang dengan menggunakan tatanan dan aturan serta adanya alur komunikasi dan pembagian tugas sesuai dengan profesionalitas. Jadi mekanisme ini ada beberapa unsur yang harus ada, yaitu tatanan, komunikasi serta profesional.

#### a. Tatanan

Tatanan merupakan suatu pedoman dan batasan-batasan yang dilaksanakan agar kelompok atau individu yang melaksanakan kegiatan tidak melenceng dari tujuan awal. Seperti halnya dengan sistem *affiliate marketing* pada Taqychan Saffron ini mempunyai tujuan untuk

memperkenalkan produk saffron kepada masyarakat sebagai perantara atau ikhtiar kesembuhan dan untuk menjaga kesehatan. Saffron ini dikatakan sebagai obat herbal dengan sejuta manfaat dan juga termasuk sebagai rempah termahal di dunia serta banyak digunakan dalam resep masakan India. Meskipun merupakan rempah herbal alami, perlu adanya untuk memperhatikan aturan-aturan penggunaan saffron dan efek sampingnya dengan mengetahui dosis atau takaran tiap orang yang berbeda-beda sesuai dengan kegunaannya.

b. Komunikasi

Komunikasi adalah proses dimana individu satu dengan yang lainnya saling berinteraksi, baik melalui lisan, tulisan maupun tingkah laku. Sama halnya dengan para member *affiliate marketing* pada Taqychan Saffron ini mempunyai grup khusus seputar info produk, testimoni produk, *marketing kit* dan grup diskusi untuk *affiliate marketing*. Selain itu di Taqychan Saffron bagi *affiliate marketing*, diadakan juga *meeting virtual* tentang ilmu bisnis bersama mentor-mentor terbaik yang dilaksanakan setiap minggu secara rutin.

c. Profesional

Profesional dalam kata lain sering dikenal dengan keahlian. Manusia memiliki keahlian masing-masing dan dengan beberapa keahlian itulah proses organisasi dapat berjalan dengan baik, karena itulah sering kali orang menggunakan istilah kolektif kolegial sebagai cara menjalankan organisasi yang baik. Maka ini perlu adanya tenaga ahli untuk

membimbing *affiliate marketing* yang bergabung di Taqychan Saffron seperti yang telah disebutkan sebelumnya dengan menyediakan kelas mentoring atau webinar tentang ilmu bisnis dengan pembicara yang berpengalaman dibidangnya yang dilakukan setiap minggunya secara rutin terkait tentang bagaimana meningkatkan penjualan, menarik konsumen, dan lainnya yang pasti tujuannya untuk *upgrade skill* penjualan para member Taqychan Saffron. Selain itu Taqychan Saffron juga menyediakan *marketing kit* lengkap untuk memudahkan member Taqychan Saffron dalam menjual produk. Tidak hanya mengajarkan tentang ilmu bisnis, tapi di Taqychan Saffron juga membahas ilmu akhirat jadi antara dunia dan akhirat bisa seimbang antara keduanya.

Terdapat beberapa mekanisme *affiliate marketing* berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, maka peneliti menganalisis secara rinci sebagai berikut:

*Affiliate marketing* adalah sistem bisnis yang memberikan komisi kepada seorang *affiliate* ketika ia berhasil menjual produk atau jasa *merchant* atau perusahaan yang mempunyai produk dengan pemasaran secara online melalui internet. Dalam bahasa jargon, sistem ini kerap disebut seperti makelar, namun saat ini dikemas dengan lebih menarik dan menggunakan teknologi digital. Konsep afiliasi ini biasanya digunakan oleh pengembang konten (web atau aplikasi) yang mempromosikan produk tertentu didalamnya.

Sebagian orang beranggapan bahwa *affiliate* sama dengan *reseller*. Padahal nyatanya *affiliate* ini minim kerugian, berbeda dengan *reseller* yang perlu adanya modal untuk membeli stok barang dan tentu saja hal ini memerlukan adanya ketersediaan tempat yang memadai.

Pada hal nyatanya, *affiliate* ini lebih mirip *dropship* karena tidak perlu menyediakan stok barang hingga kirim barang. Sistem ini juga lebih mudah karena hanya menjadi penghubung antara pembeli dan penjual untuk memasarkan atau menjual produk.

Selain itu, *affiliate* berbeda dengan bisnis MLM (*Multi Level Marketing*) yang mencari *downline* untuk mencari pendapatan. Pada *affiliate* ini benar-benar mendapatkan pendapatan murni dari hasil menjual barang milik pedagang lain (*merchant*) tanpa harus mencari *downline*.

Untuk lebih jelasnya terlihat pada tabel dibawah sebagai berikut:

**Tabel 4.2**

**Perbandingan Model Bisnis Online**

	<i>Affiliate Marketing</i>	<b>Reseller</b>	<b>Dropship</b>	<b>MLM</b>
	Rekomendasi Produk	Menjual secara eceran	Menjual tanpa memiliki toko	Pemasaran berjenjang (bertingkat)
<b>Pengirim</b>	<i>Merchant</i>	Reseller	<i>Merchant</i>	Stokis
<b>Stok Produk</b>	Tidak	Ada	Tidak	Ada/Tidak

<i>Customer Service</i>	Tidak	Ada	Ada	Ada
<b>Berinteraksi dengan Customer</b>	Tidak Selalu	Pasti	Pasti	Pasti
<i>Passive Income</i>	Ya	Tidak	Tidak	Ya
<b>Tutup Point</b>	Tidak	Tidak	Tidak	Ya
<b>Keterikatan</b>	Tidak	Ya	Ya	Ya

*Dibuat oleh Peneliti 2021*

Jika diperhatikan dari mekanismenya, *affiliate marketing* termasuk dalam akad jual beli dengan menggunakan perantara. Bisnis afiliasi atau *affiliate* adalah sistem bisnis yang memakai internet sebagai media utama serta melibatkan pihak ketiga. Bisnis ini membayar jasa dari seseorang yang sudah berhasil menjual produk atau jasa dari perusahaan tertentu dengan cara menyebarkan *link* atau *kode referral* dari website perusahaan tersebut.

Ada dua jenis referral di Taqychan Saffron yaitu melalui *link* dan *kode referral*. Pertama, *link referral* adalah link yang berbentuk alamat website yang disediakan oleh Taqychan Saffron untuk para member affiliate yang sudah resmi bergabung. Link ini terbagi menjadi 3 jenis yaitu ada *link referral produk*, *link referral kategori produk*, dan *link*

*referral sales page* atau web utama Taqychan Saffron. Kedua, *kode referral* yang berbentuk kode atau kata yang dimasukkan oleh member di halaman registrasi. Member *affiliate* bisa memberikan kode referalnya kepada calon *customers* atau calon member ketika registrasi.

Program *affiliate marketing* Taqychan Saffron berisi panduan lengkap *step by step* bagaimana berbisnis online dan semua *affiliate* diberikan akses grup khusus. Hal yang dilakukan *affiliate* disini yaitu mempromosikan produk Taqychan Saffron dengan konten promosi yang telah disediakan, membagikan link website Taqychan Saffron dan membantu konsumen membeli dengan menggunakan *kode referral affiliate* untuk mendapatkan komisi.

Berikut cara kerja *affiliate marketing* yaitu sebagai berikut:

- a. Bagikan link afiliasi/kode referral pribadi ke sosial media manapun.
- b. Pengunjung mengklik link tersebut dan kemudian otomatis akan dibawa ke website resmi [web.taqychansaffron.com](http://web.taqychansaffron.com).
- c. Pengunjung membeli produk Taqychan Saffron melalui link yang telah dipromosikan.
- d. Produk akan dikirim dari distributor yang pembeli pilih ketika *checkout*.
- e. *Affiliate* mendapatkan komisi dari setiap produk yang berhasil terjual, akan dicairkan setiap awal bulannya.

Untuk penjelasan lebih rinci dari kinerja *affiliate marketing* yaitu dengan membagikan link afiliasi dari Taqychan Saffron, kemudian

pengunjung/pembeli mengklik link tersebut dan dibawa ke website Taqychan Saffron. Setelah itu pengunjung/pembeli membeli produk dari website Taqychan Saffron yang telah dibagikan, maka *affiliate* akan mendapatkan komisi dari penjualan produk Taqychan Saffron tersebut.

*Affiliate marketing* ini menjadi solusi terbaik untuk mendapatkan *profit* atau penghasilan tambahan dimasa pandemi seperti sekarang. Apalagi bisnis digital ini menjadi salah satu bisnis yang hasilnya masih stabil tidak terpengaruh oleh adanya pandemi. Hal tersebut dikarenakan banyak orang mulai mencari peluang bisnis online yang bisa dikerjakan dirumah untuk hasilkan pendapatan tambahan.

Untuk menjadi member *affiliate marketing* Taqychan Saffron diharuskan untuk mendaftar akun di web Taqychan Saffron dengan mengisi data pribadi seperti nama, e-mail, nomor handphone, dan juga kata sandi untuk akun tersebut. Selain itu perlu memasukkan kode refferal supaya bisa mendaftarkan akun tersebut. Kode referral ini bisa didapat dari member *affiliate marketing* Taqychan Saffron yang sudah bergabung sebelumnya.

Jika akun sudah berhasil terdaftar, maka pilih *join affiliate* dan varian produk saffron yang ingin dibeli. Kemudian tambahkan alamat tujuan dan pilih distributor terdekat untuk menghemat biaya pengiriman. Selanjutnya klik beli sekarang, lanjut pembayaran, dan tertera nominal uang yang harus ditransfer sesuai jumlah yang tertera. Otomatis orderan

akan segera diproses, setelah itu akan ada admin yang menghubungi untuk masuk ke grup telegram khusus (*affiliate* Taqychan Saffron).

Setelah resmi menjadi member *affiliate*, bisa langsung bergabung di grup telegram, menambah relasi dan sharing ilmu ke member yang lain, mendapatkan materi marketing, serta mendapatkan manfaat lainnya.

Kelebihan ketika bergabung menjadi *affiliate marketing* Taqychan Saffron yaitu sebagai berikut:

- a. Bisnis mudah dikerjakan dan dimengerti, jam kerja fleksibel.
- b. Tidak harus punya modal yang besar.
- c. Hanya mempromosikan dan membagikan link website.
- d. Tidak ada persaingan harga dan tidak ada target penjualan di antara member.
- e. Mendapatkan komisi 15% dari setiap transaksi pembelian melalui link yang dibagikan.
- f. Setiap minggu rutin terdapat webinar tentang ilmu bisnis bersama mentor-mentor terbaik.

Terlebih dari kelebihan itu semua, tidak menutup kemungkinan adanya kekurangan dalam *affiliate marketing* ini. Setiap bisnis pasti ada kendalanya, tidak mungkin mulus seperti yang diharapkan. Akan tetapi setiap pebisnis ingin bisnis atau usahanya berjalan mulus tanpa adanya hambatan. Tinggal usaha kita saja bagaimana dan tentunya rezeki sudah Allah swt. atur dan pastinya berikhtiar terus menerus.

Kekurangan dalam *affiliate marketing* ini yaitu terkadang ada kendala dalam mengakses website. Salah satu penyebabnya website *overload* sehingga menyebabkan performa website menjadi lambat bahkan berakibat tidak bisa diakses. Hal ini disebabkan karena pada saat pembukaan *join affiliate* atau pun diadakannya promo atau potongan harga produk Taqychan Saffron, pengunjung berbondong-bondong mengakses website agar tidak kehabisan stok barang atau produk yang diinginkan.

Selain itu kendala dalam bisnis *affiliate marketing* ini yaitu betapa sulitnya untuk meyakinkan konsumen yang awam akan adanya saffron sebagai wasilah kesembuhan dan juga bagi kesehatan tubuh kita. Terlebih lagi harga saffron kashmir yang tidak murah. Hal ini dikarenakan setiap bunga saffron yang dipanen dipilih sendiri secara manual untuk diambil putiknya sehingga perlu adanya waktu yang lama. Maka diperlukan adanya tenaga kerja yang terampil untuk melakukan pekerjaan ini.

Faktor lainnya juga muncul tentang rumor yang beredar akan adanya saffron palsu dengan harga yang bisa dibilang sangat murah sekali. Jadi sebagai konsumen harus pintar memilih saffron walaupun belinya secara online tapi tetap perlu diingat harus teliti. Pastikan membeli dari sumber terpercaya dan terjaga kualitas serta keaslian saffron yang sudah terbukti memiliki izin BPOM dan juga dilihat dari *review* konsumen di *marketplace*.

## 2. Konsep *Ji'alah* dalam *Affiliate Marketing* Taqychan Saffron

Sama dengan banyaknya *affiliate marketing* lainnya, *affiliate marketing* Taqychan Saffron ini juga berbasis web. Demikian halnya juga dengan pembagian *ji'alah*, maka otomatis melalui program web juga. Semuanya sudah terintegrasi oleh sistem di pusat, pembagian komisi dipastikan akurat dan sesuai oleh apa yang diusahakan.

Sistem bagi hasil atau pemberian upah disini dilakukan secara adil, jujur, transparan dan bertanggung jawab, tanpa adanya unsur kecurangan, *gharar*, ketidakadilan dan unsur penipuan antar keduanya, karena biasanya sistem bagi hasil ini dilakukan menurut kesepakatan antara kedua belah pihak. Kedua belah pihak ini terikat kontrak kerja sama dalam suatu bisnis yang jika mendapatkan keuntungan maka akan dilakukan pembagian. Pemberian upah disini termasuk kedalam *ji'alah* karena adanya balas jasa dari pekerjaan yang telah dilakukan.

Akad kerjasama ini juga menggunakan sistem *mudharabah* yaitu produk Taqychan Saffron yang dijual dikelola oleh *affiliate marketing* untuk dipromosikan produknya dengan konten promosi yang telah disediakan. Kemudian hasil keuntungan dari penjualan produk ini setiap bulannya dibagi berdasarkan nisbah yang disepakati.

Untuk harga produk saffron yang dijual mengikuti website [web.taqychansaffron.com](http://web.taqychansaffron.com). Jika saat itu sedang mengadakan diskon potongan harga pada hari-hari tertentu, maka sebagai *affiliate marketing* juga harus mengikutinya. Ia tidak bisa menaikkan harga semauanya karena

itu sudah menjadi prosedur dari Taqychan Saffron. Tujuannya supaya tidak ada perang harga antara distributor, reseller dan member *affiliate marketing* Taqychan Saffron lainnya.

Dengan menjadi member *affiliate marketing* Taqychan Saffron, *affiliate* harus menerima ketentuan dan kebijakan yang diterapkan oleh perusahaan Taqychan Saffron. Selain itu *afiliate* juga harus memberikan informasi atau spesifikasi produk yang sesuai yang akan dipromosikan supaya *review* kita dianggap terpercaya oleh calon pembeli.

Setiap bulannya Taqychan Saffron ini juga mengadakan kontes untuk para member *affiliate* dengan penjualan terbanyak akan mendapatkan *reward special*. Kegiatan *affiliate marketing* Taqychan Saffron disini yaitu dengan menjual produk-produk melalui cara menyebarkan link dari website perusahaan tersebut. Dengan menyebarkan *link referral* tersebut kepada calon *customers* atau calon member, sehingga ketika nantinya mereka melakukan transaksi di Taqychan Saffron itu tercatat oleh sistem. Setelah itu sistem akan memberikan *fee* atau komisi kepada *affiliate* karena telah membantu menjualkan produk yang ada di Taqychan Saffron.

Kenapa bisa mendapatkan komisi? Karena ketika calon *customers* melakukan transaksi melalui link yang telah dibagikan dan langsung muncul ke halaman *checkout* produknya nanti, maka data *cookies* calon *customers* atau calon membernya akan langsung terdaftar ke member pengikut *affiliate* sehingga tidak perlu lagi memasukkan *kode referral*.

Selain itu bisa juga member *affiliate* membagikan *link referral* dengan menyertakan *kode referralnya*. Hal itu supaya calon *customers* yang transaksi melalui link yang telah dibagikan tersebut bisa terkunci datanya di data member pengikut di bawah *affiliate* karena sudah disertai dengan *kode referral*.

Penjualan setiap produk Taqychan Saffron dari akun kita akan mendapatkan komisi 15%. Selain itu ada 5% bonus royalti dari member yang telah direkrut dan mereka aktif berjualan. Maka itulah yang akan terhitung dalam jumlah rupiah yang akan ditransfer secara berkala setiap bulannya.

Taqychan Saffron tutup buku setiap tanggal 27, maka komisi pada tanggal 28 dan seterusnya itu masuk ke perhitungan bulan selanjutnya. Sistem bagi hasil antara perusahaan Taqychan Saffron dengan *affiliate* memiliki ketentuan dengan batas minimal transfer yaitu sepuluh ribu rupiah dengan metode pembayaran melalui bank BCA.

Jika akun rekening *affiliate* menggunakan selain bank BCA, maka dikenakan biaya admin enam ribu lima ratus rupiah. Sehingga jika saldo komisinya dalam sebulan hanya sepuluh ribu belum termasuk dikurangi biaya admin, maka itu tidak akan mencukupi untuk bagi komisi. Sehingga dilakukanlah di bulan berikutnya hingga memenuhi ketentuan yang ada tersebut.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya mengenai Mekanisme dan Konsep *Ji'alah* pada Member *Affiliate Marketing* Taqychan Saffron di Kota Palangka Raya dalam Perspektif Ekonomi Islam, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Affiliate marketing* adalah model bisnis dengan sistem pemberian *fee* atau komisi untuk jasa seseorang, setelah orang tersebut berhasil menjualkan barang melalui pemasaran di Internet. Hal yang dilakukan *affiliate* disini yaitu mempromosikan produk Taqychan Saffron dengan konten promosi yang telah disediakan. Kinerja *affiliate marketing* yaitu dengan membagikan link afiliasi dari Taqychan Saffron, kemudian pengunjung/pembeli mengklik link tersebut dan dibawa ke website Taqychan Saffron. Setelah itu pengunjung/pembeli membeli produk dari website Taqychan Saffron yang telah dibagikan, maka *affiliate* akan mendapatkan komisi dari penjualan produk Taqychan Saffron tersebut.
2. *Ji'alah* (pemberian upah) dilakukan sebagai balas jasa atas pekerjaan yang telah dilakukan. Seperti halnya dengan yang telah dilakukan oleh *affiliate marketing*, hasil penjualan dari setiap produk Taqychan Saffron akan mendapatkan *fee* (komisi) sebesar 15%. Selain itu ada tambahan 5%

bonus royalti dari member yang telah direkrut dan mereka aktif berjualan. Maka itulah nominal yang akan ditransfer secara berkala setiap bulannya.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, terdapat beberapa saran-saran untuk dicermati dan ditindaklanjuti kepada pihak-pihak yang bersangkutan. Adapun yang peneliti sarankan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi *affiliate marketing* Taqychan Saffron, lebih kreatif lagi dalam promosi di media sosial untuk menarik calon konsumen dan meyakinkan bahwa produk yang ditawarkan berkualitas sebanding dengan harganya dan tidak ada unsur kebohongan, serta selalu memberikan respon cepat dalam setiap proses pesanan produk konsumen terkait dengan pengiriman.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian dengan menggunakan metode yang berbeda seperti menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini membahas tentang mekanisme dan konsep *ji'alah* pada member *affiliate marketing* Taqychan Saffron di Kota Palangka Raya dalam perspektif ekonomi Islam, diharapkan kepada peneliti selanjutnya agar dapat meneliti secara lebih luas dan mendalam mengenai selain dari bahasan mekanisme dan konsep *ji'alah* pada member *affiliate marketing* Taqychan Saffron lainnya sehingga menghasilkan gambaran dan pembahasan yang jauh lebih luas lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Az-Zuhaili, Wahbah. 2011. *Fiqh Islam Wa Adillatuhu. Jilid 5*. Terjemahan Abdul Hayyie, dkk. Jakarta: Gema Insani.
- Bungin, Burhan. 2005. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- \_\_\_\_\_. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Bagus, Lorens. 1996. *Kamus Filsafat*. Jakarta: Gramedia.
- Fathoni, Abdurrahmat. 2011. *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Harun. 2017. *Fiqh Muamalah*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Hikmawati, Fenti. 2017. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Karim, Adiwarman A. 2007. *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mannan, M. Abdul. 2012. *Hukum Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Mardani. 2012. *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gema Insani.
- Misra, Isra, Sofyan Hakim, dan Agus Pramana. 2020. *Manajemen Risiko*. Yogyakarta: K-Media.
- Moleong, Lexy J. 2015. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhammad dan Rahmad Kurniawan. 2014. *Visi dan Aksi Ekonomi Islam*. Malang: Inti Media.
- Nasution, Mustafa Edwin dkk. 2012. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Noor, Juliansyah. 2012. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana
- Nugrahani, Farida. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books.
- Patilima, Hamid. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2007. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Qodratillah, Meity Taqdir dkk. 2011. *Kamus Bahasa Indonesia untuk Pelajar*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa.

- Rivai, Veitzhal. 2009. *Islamic Economics*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sadikin, Ali, Isra Misra, dan Muhammad Sholeh Hudin. 2020. *Pengantar Manajemen dan Bisnis*. Yogyakarta: K-Media.
- Sholihin, Ahmad Ifham. 2013. *Buku Pintar Hukum Ekonomi Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Soehartono, Irawan. 2012. *Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suma, M. Amin. 2008. *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*. Jakarta: Kholam Publishing.
- Suprayogo, Imam dan Tobroni. 2003. *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suratmaputra, Ahmad Munif. 2002. *Filsafat Hukum Islam Al-Ghazali*. Jakarta: Pustaka Firdaus.
- Suryosubroto. 2010. *Manajemen Pendidikan di Sekolah*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tanzeh, Ahmad. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Tim Reality. 2008. *Kamus Terbaru Bahasa Indonesia*. Surabaya: Reality Publisher.
- Umar, Husen. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.

## **B. Karya Ilmiah**

- Aisyah, Ly Fairuzah. “*Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Usaha Bisnis Busana Muslim (Studi pada CV. Azka Syahrani Collection)*”. Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah. 2011.
- Anggelis, Ervina Yolanda. “*Atribut-Atribut yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen dalam Melakukan Belanja Online Tiket Pesawat di Kota Yogyakarta*”. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Atmajaya. 2009.
- Bachri, Bachtiar S. “*Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi pada Penelitian Kualitatif*”. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, Vol. 10, No.1, April 2010.
- Hairunnisa, Putri Siti. “*Sistem Bagi Hasil Pertambangan Pasir Zirkon (Puya) di Desa Kereng Pangi*”. Skripsi. Palangka Raya: IAIN Palangka Raya. 2019.
- Haq, Zia Ul. “*Affiliate Marketing Programs: A Study of Consumer Attitude Towards Affiliate Marketing Programs Among Indian Users*”. *International Journal of Research Studies in Management*, Vol. 1, No.1, April 2012.

- Haryono. “*Konsep Al Ju’alah dan Model Aplikasinya dalam Kehidupan Sehari-Hari*. Al Mashlahah Jurnal Hukum Islam dan Pranata Sosial Islam. 2017.
- Khasanah, Uswatun. “*Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penetapan Harga Cabai di Pasar Plaza Bandar Jaya Lampung Tengah*”. Skripsi. Lampung: IAIN Metro. 2018.
- Muhamim, Ahmad. “*Analisis Strategi Affiliate Marketing Terhadap Tingkat Penjualan dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Butik Zoya Cabang Kedaton Bandar Lampung)*”. Skripsi. Lampung: IAIN Raden Intan. 2017.
- Mujahadah. “*Sistem Bagi Hasil Budidaya Ikan Air Tawar di Pahandut Seberang Palangka Raya dalam Perspektif Ekonomi Syariah*”. Skripsi. Palangka Raya: IAIN Palangka Raya. 2018.
- Murdiana, Eka. “*Mekanisme Kerja Salon Syariah ditinjau Menurut Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*”. Skripsi. Palangka Raya: IAIN Palangka Raya. 2018.
- Natarina, R. A. Emilia dan Cendera Rizky Anugrah Bangun. “*The Use of Affiliate Marketing in Improving Pegipegi Sales*”. Jurnal The Messenger, Vol. 11, No. 2, Juli 2019.
- Ningsih, Desrini dan Putu Hari Kurniawan. “*Analisis Promosi dan Afiliasi Marketing Terhadap Okupansi Hotel Non Jaringan di Kota Batam*”. Jurnal Ilmiah Manajemen, Vol. 8, No. 1, 2019.
- Nuraini, Aulia. “*Jual Beli dalam Praktek Affiliate Marketing pada Internet Marketing E-Commerce dalam Perspektif Hukum Islam*”. Skripsi. Banten: UIN Sultan Maulana Hasanuddin. 2018.
- Soebroto, Arief Andy dan Devina Christy Muljana. “*Perancangan dan Pembuatan Situs Pemasaran (Affiliate Marketing) Menggunakan Framework CMS (Content Management System) Joomla 1.5.7*”. Journals Telkom University, 2010.

### C. Internet

- Accesstrade. 2020. *Mengenal Affiliate Marketing, Langkah Awal Optimalkan Bisnis*. <https://accesstrade.co.id/pengertian-affiliate-marketing-cara-kerja-dan-manfaatnya-1147> diakses tanggal 20 Oktober 2020.
- BBC. 2013. *Panen Saffron, Bumbu Termahal di Dunia*. [https://www.bbc.com/indonesia/multimedia/2013/12/131227\\_galeri\\_saffron](https://www.bbc.com/indonesia/multimedia/2013/12/131227_galeri_saffron) diakses tanggal 16 Oktober 2020.
- Taqychan Saffron. 2020. *Taqychan Saffron*. <https://web.taqychansaffron.com/>