

ملخص البحث

نظرة الشريعة الإسلامية لممارسة التسويق بالعمولة بنظام التكلفة لكل عملية بيع

(Cost Per Sale) وتسليم العمولات (دراسة حالة على منصة Accestrade Indonesia)

محمد ايري نكروهو

لقد أحدثت التطورات التكنولوجية تغييرات كبيرة في نظام التسويق الرقمي، أحدها التسويق بالعمولة القائم على نظام التكلفة لكل عملية بيع (Cost Per Sale) وتعتمد خلفية هذا البحث على الممارسة الواسعة الانتشار للتسويق بالعمولة بنظام التكلفة لكل عملية بيع (Cost Per Sale) على منصة التجارة الإلكترونية الحالية، ولكن على منصة أكستريد إندونيسيا، تختلف الممارسة عن التجارة الإلكترونية الأخرى التي تتضمن طرفين هما التاجر والناشر أو المسوق بالعمولة، بينما على منصة أكستريد إندونيسيا تتضمن ثلاثة أطراف، وهي التاجر وشركة أكستريد والناشر أيضاً، ويهدف هذا البحث إلى تحليل مدى ملاءمة ممارسات التسويق بالعمولة على منصة أكستريد إندونيسيا مع مبادئ الشريعة الإسلامية، خاصة فيما يتعلق بالعقود وتوزيع العمولات. طريقة البحث المستخدمة هي الطريقة النوعية مع نهج دراسة الحالة. وقد تم الحصول على البيانات من خلال مقابلات مع مديري أكستريد وتحليل الوثائق المتعلقة بآلية العقود وتوزيع العمولات. أظهرت النتائج أن ممارسة التسويق بالعمولة في أكستريد تستخدم عقد إجارة بين التاجر ومنصة أكستريد وعقد جعالة بين أكستريد والناشر (المسوق بالعمولة). وتستوفي هذه العقود الأركان والشروط المطلوبة في الشريعة الإسلامية، مثل وضوح الغرض، واتفاق الطرفين، والمنافع التي يتم الحصول عليها. بالإضافة إلى ذلك، فإن نظام العمولة المطبق لا يحتوي على عناصر الغرر أو الربا، لأن دفع العمولة لا يتم إلا عند إجراء معاملة صحيحة، كما أن ممارسات التسويق بالعمولة في أكستريد إندونيسيا تتوافق مع مبادئ الشريعة الإسلامية، خاصة من حيث الشفافية والإنصاف والالتزام بالعقود الصحيحة التي تطبقها منصة التسويق بالعمولة في تطبيق نظام يتوافق مع الشريعة الإسلامية.

الكلمات الرئيسية: التسويق بالعمولة، الدفع مقابل البيع، الفقه الإسلامي، عقد الجعالة، عقد

الإجارة، أكستري

ABSTRACT

TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP PRAKTIK AFILIASI MARKETING DENGAN SISTEM CPS (Cost Per Sale) & PEMBAGIAN KOMISI STUDI KASUS PLATFORM ACCESTRADE INDONESIA

Muhammad Ery Nugroho

٤٢٢.٢١٣٢٦.٨٣

Perkembangan teknologi telah membawa perubahan signifikan dalam sistem pemasaran digital, salah satunya adalah afiliasi marketing berbasis Cost Per Sale (CPS). Latar belakang penelitian ini didasarkan atas maraknya praktik afiliasi marketing dengan sistem CPS (cost per sale) pada platform mau e-commerce saat ini, namun pada platform Acestrade Indonesia praktiknya berbeda dengan e-commerce lainnya seperti Shopee dan Blibli yang melibatkan dua belah pihak yaitu pihak merchant dan publish atau affiliator, sedangkan pada platform Acestrade Indonesia melibatkan tiga pihak, yaitu pihak merchant, acestrade, dan juga publisher yang mengakibatkan berbedanya sistem afiliasi dan pembagian komisi pada platform acestrade. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesesuaian praktik afiliasi marketing di platform Acestrade Indonesia dengan prinsip hukum Islam, khususnya terkait akad dan pembagian komisi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara dengan pihak pengelola Acestrade dan analisis dokumen terkait mekanisme akad dan pemberian komisi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik afiliasi marketing di Acestrade menggunakan akad ijarah antara merchant dan platform Acestrade serta akad ju'alah antara Acestrade dan publisher (afiliasi). Akad-akad tersebut memenuhi rukun dan syarat yang disyaratkan dalam hukum Islam, seperti kejelasan objek, kesepakatan kedua belah pihak, dan adanya manfaat yang diperoleh. Selain itu, sistem komisi yang diterapkan tidak mengandung unsur gharar (ketidakpastian) maupun riba, karena pembayaran komisi hanya terjadi ketika transaksi yang sah telah dilakukan. praktik afiliasi marketing di Acestrade Indonesia telah sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam, terutama dalam hal transparansi, keadilan, dan kepatuhan terhadap akad yang sah. platform afiliasi dalam menerapkan sistem yang sesuai dengan syariat Islam.

Kata Kunci: *Afiliasi Marketing, Cost Per Sale, Hukum Islam, Akad Ju'alah, Akad Ijarah, Acestrade*

UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR