

KEDUDUKAN HUKUM AFFILIATOR BERDASARKAN PERJANJIAN KERJASAMA PADA SHOPEE AFFILIATE PROGRAM

Evania Ramadhanti Sugita, Fakultas Hukum Universitas Udayana,

e-mail: ramadhantievania72@gmail.com

I Gusti Ngurah Nyoman Krisnadi Yudiantara, Fakultas Hukum Universitas Udayana,

e-mail: krisnadiyudiantara@unud.ac.id

ABSTRAK

Penulisan karya ilmiah ini bertujuan untuk menganalisis kedudukan hukum affiliaor dalam perjanjian kerjasama dengan e-commerce shopee pada program Shopee Affiliate Program. urgensi penelitian ini muncul dikarenakan terdapat kekosongan norma pada hukum perjanjian terkait kerjasama affiliaor dengan e-commerce yang dapat mengakibatkan ketidakjelasan kedudukan hukum dan akibat hukum karena belum diatur secara khusus. penelitian yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan digunakan untuk menganalisis isu hukum serta dilakukan teknik bola salju digunakan dalam pengumpulan bahan hukum, kemudian dilakukan analisis atas bahan hukum secara kualitatif. hasil penelitian menunjukkan bahwa kedudukan hukum affiliaor shopee adalah sebagai mitra pengiklan, dan hubungan antara affiliaor dengan merchant bersifat terpisah dan hanya berfungsi sebagai perantara pemasar produk.

Kata Kunci: Affiliaor, Shopee Affiliate Program, Kedudukan Hukum.

ABSTRACT

The purpose of this scientific paper is to analyze the legal position of affiliates in cooperation agreements with the e-commerce platform Shopee under the Shopee Affiliate Program. The urgency of this research arises due to the absence of norms in contract law related to the cooperation between affiliates and e-commerce, which can result in legal ambiguity and legal consequences because it has not been specifically regulated. Normative juridical research with a legislative approach is used to analyze legal issues, and the snowball technique is employed in the collection of legal materials, followed by qualitative analysis of the legal materials. The research results show that the legal status of Shopee affiliates is as advertising partners, and the relationship between affiliates and merchants is separate and only functions as intermediaries in marketing products.

Keywords: Affiliate marketer, Shopee Affiliate Program, Legal Standing.

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang Masalah

Penerapan teknologi digital dalam transaksi konvensional tidak hanya memfasilitasi kecepatan dan kemudahan transaksi secara digital, transaksi *e-commerce* juga memberikan jaminan atas kredibilitas pedagang *online* dalam menjaga kualitas produk, keamanan transaksi, layanan komunikasi konsumen yang dapat diandalkan, serta transformasi secara signifikan pada strategi pemasaran iklan produk untuk membangun kepercayaan kepada konsumen. Kemampuan dan kreatifitas yang digunakan pada iklan dan metode pemasaran dalam menyampaikan pesan mengenai

produk kepada konsumen membuat dua faktor tersebut turut memegang peran penting bagi keberhasilan penjualan produk. Dengan masyarakat yang semakin bergantung pada internet, maka hal tersebut turut mempengaruhi perubahan perilaku konsumen untuk memenuhi kebutuhan informasi, hiburan serta belanja pada keseharian masyarakat. hal ini menciptakan peluang baru untuk pelaku bisnis yang sebelumnya bergantung pada konsep pemasaran secara tradisional yang mengandalkan media cetak, televisi serta radio saat ini sudah berganti ke ranah digital. digital marketing atau pemasaran digital saat ini berperan sebagai kunci utama dalam strategi bisnis modern, menjamin perusahaan untuk bisa mengakses pembeli melalui cara yang praktis, rendah biaya serta lebih cangkupan audiens yg luas¹.

Salah satu yang sedang populer banyak digunakan oleh *e-commerce* pada saat ini dengan menggunakan metode pemasaran digital *affiliate marketing*. *Affiliate marketing* merupakan satu di antara jenis digital marketing yang juga dipergunakan oleh *e-commerce* untuk memperluas jangkauan iklan bagi produk-produk merchant pada *e-commerce*, *affiliate* dimanfaatkan sebagai solusi biaya pemasaran yang rendah dengan cara menggaet individu untuk bergabung dalam *Affiliate Program e-commerce* dan tawaran menarik atas komisi dari setiap transaksi yang terjadi pada link pemasaran *affiliate*².

Shopee merupakan satu di antara platform *e-commerce* terkemuka di Indonesia yang sudah berkontribusi secara signifikan dalam pengembangan UMKM di Indonesia. dengan menghadirkan berbagai kemudahan dan inovasi dalam hal pemasaran serta distribusi produk, *shopee* telah memainkan peran krusial dalam mengangkat potensi UMKM. dengan strategi yang cerdas dan adaptasi terhadap karakteristik pasar Indonesia menjadi faktor kunci kesuksesan *shopee* membangun kepercayaan konsumen Indonesia³. di Tahun 2023, *Shopee* menjadi satu di antara platform *e-commerce* dengan dengan pengunjung terbanyak di Indonesia. secara kumulatif laman *shopee* mendapatkan kurang lebih 2.3 miliar kunjungan⁴ dan pada data pengunjung situs *e-commerce* indonesia pada bulan Desember 2024, *shopee* meraih 141,1 juta kenaikan kunjungan. melampaui kunjungan situs *e-commerce* lain di Indonesia⁵.

Shopee sebagai salah satu *e-commerce* yang memiliki pengguna terbanyak tentu tidak ingin melewatkan kesempatan untuk melebarkan ekspansi bisnis pada bidang retail digital dengan ikut serta membuat sebuah program afiliasi yang berfokus pada kegiatan promosi, pemasaran dan periklanan. program *affiliate* yang digagas *shopee* dinamakan "*Shopee Affiliate Program*". program *affiliate* *shopee* menawarkan beberapa keuntungan, termasuk potensi untuk mendapat komisi yang tinggi, kebebasan memilih

¹ Fitriani, Nur. "Analisis Praktik Pemasaran Afiliasi Pada Platform E-commerce Tinjauan Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah". *Jurnal EKSAP: Ekonomi Keuangan Syariah dan Akuntansi Pajak*. 1, No. 3 (2024): 178-194.

² Suweleh, Fadlun. *Resep Cepat Kaya Jalur Shopee Affiliate: Panduan lengkap memulai, mengembangkan, dan mengoptimalkan Penghasilan Dengan Shopee Affiliate*. (Yogyakarta, Penerbit Anak Hebat Indonesia, 2024), 3

³ Maneh, Daniel dan Dewi, Jayanti Mustika. 2024. *Menguasai Digital Marketing: Strategi Efektif di Platform Shopee*. (Sumedang, Mega Press Nusantara, 2024), 13.

⁴ Adi Ahdiat, *E-commerce dengan pengunjung terbanyak sepanjang 2023*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>. Diakses tanggal 28 Mei 2025.

⁵ Adi Ahdiat, *Jumlah Pengunjung Situs E-commerce Indonesia Desember 2024*. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/67847faf44dba/jumlah-pengunjung-situs-e-commerce-indonesia-desember-2024>. Diakses tanggal 28 Mei 2025

produk yang akan dipromosikan, serta proses affiliasinya yang sederhana dan mudah. maka tidak heran apabila pada tahun 2023 persentase *affiliate marketer shopee* mengalami kenaikan anggota baru yang mendaftar *shopee affiliate* program sebesar 68% dan dinobatkan sebagai program affiliate paling menjanjikan dengan komisi yang paling menguntungkan dan tertinggi dibanding program *affiliate e-commerce* lain⁶. namun, pesatnya pertumbuhan *affiliate e-commerce* ini tidak diimbangi dengan kejelasan aturan hukum yang mengatur mengenai kegiatan *affiliate* serta hubungan hukum para pihak yang terlibat. adanya kekosongan norma pada kerangka hukum perjanjian juga menimbulkan ketidakpastian kedudukan hukum affiliator pada kerjasama antara *affiliate* dengan pihak *e-commerce shopee* atas perbedaan interpretasi hak dan kewajiban masing-masing pihak. absennya regulasi mengenai kegiatan *affiliate e-commerce* ini berpotensi memicu akibat hukum yang tidak terprediksi di kemudian hari baik bagi affiliator maupun platform *e-commerce* apabila terjadi wanprestasi atau perbuatan melawan hukum pada perjanjian affiliate yang dapat menimbulkan kesulitan untuk menentukan tindakan hukum kepada pihak mana yang memikul beban pertanggungjawaban.

Persaingan dan kompleksitas marketing afiliasi menuntut konsep periklanan yang lebih aplikatif, kreatif dan relevan kepada konsumen yang tidak jarang dilakukan affiliator tanpa mempertimbangkan aturan pada tiap program *affiliate e-commerce* yang berlaku serta tidak mematuhi etika periklanan periklanan yang berlaku sehingga menciptakan iklan yang menyesatkan ketika melakukan pemasaran berpotensi menimbulkan permasalahan bahkan kerugian bagi konsumen. belum adanya aturan mengenai *affiliate* pada *e-commerce* menciptakan celah atas adanya tindakan eksploitasi yang dapat melemahkan perlindungan hukum bagi konsumen. apabila terjadi pelanggaran yang dilakukan oleh pihak affiliator juga dapat menimbulkan risiko reputasi bagi platform *e-commerce* dan pelaku usaha (merchant). Maka dari itu, isu hukum yang menjadi fokus pembahasan penelitian ini menjadi penting untuk dikaji secara mendalam mengenai hubungan hukum para pihak dan kedudukan hukum affiliator *shopee* yang dikaji berdasarkan perspektif hukum perdata di Indonesia.

Terdapat beberapa karya ilmiah yang memiliki kemiripan pembahasan isu hukum namun memiliki perbedaan pada objek masalah penelitian dan perbedaan subjek hukum penelitian pada penulisan karya ilmiah ini. diantaranya karya tulis yang dibuat oleh "Rizki Amaliasari" yang berjudul "*Kedudukan Hukum Influencer Dalam Iklan Produk Kosmetika Menyesatkan*", karya ilmiah ini memiliki fokus subjek penelitian pada *Influencer* serta kedudukan hukum *influencer* pada iklan menyesatkan⁷. kemudian pada karya ilmiah yang ditulis oleh "Ida Ayu Nanda Prameswari" yang berjudul "*Hubungan Hukum Antara Brand Ambassador dengan Pemilik Produk dalam perjanjian*", penelitian oleh Ida Ayu Nanda berfokus pada permasalahan perjanjian antara *Brand ambassador* dan pemilik produk⁸. pada penulisan karya ilmiah ini berfokus pada subyek Hukum Affiliator pada program *Affiliate Shopee*, serta kedudukan hukum affiliator apabila

⁶ Snapchart, Ini Program Afiliasi di E-commerce yang dinilai beri komisi paling menguntungkan, <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/03b9f97510b26a8/ini-program-afiliasi-di-e-commerce-yang-dinilai-beri-komisi-paling-menguntungkan>. Diakses tanggal 28 Mei 2025.

⁷ Amaliasari, Rizki. "*Kedudukan Hukum Influencer Dalam Iklan Produk Kosmetika Menyesatkan*". *Jurnal Kertha Negara*. 9, No. 1 (2021): 791-802.

⁸ Prameswari, I.A. Nanda. "*Hubungan Hukum Antara Brand Ambassador Dengan Pemilik Produk Dalam Perjanjian*". 10, No. 11 (2022): 1117-1127

ditinjau berdasarkan perjanjian kerjasama berdasarkan *shopee affiliate* program. maka sesuai dengan penjabaran di atas, pada penulisan penelitian ini mempunyai nilai keaslian, pembeda serta kebaruan sebagai karya ilmiah.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana hubungan hukum para pihak yang terlibat dalam sistem *affiliate e-commerce*?
2. Bagaimana kedudukan hukum Affiliator dalam kerjasama dengan E-commerce *Shopee* melalui program *Shopee Affiliate* berdasarkan Hukum Perjanjian di Indonesia?

1.3. Tujuan Penulisan

Tujuan pada penelitian yaitu untuk mengetahui hubungan hukum para pihak yang terlibat dalam kegiatan periklanan *affiliate* dan kedudukan *affiliate* berdasarkan Kerjasama *shopee affiliate* program apabila dikaji berdasarkan hukum perjanjian di Indonesia.

2. Metode Penelitian

Metode atau cara kerja ilmiah ialah sarana atau alat untuk merealisasikan atau mewujudkan tujuan penelitian, oleh karenanya dalam penelitian ini diterapkan metode penelitian yuridis normatif yang mendasarkan pada analisis hukum melalui perundang-undangan, doktrinal hukum serta kepustakaan hukum yang berlaku serta sesuai dengan permasalahan hukum yang menjadi fokus penelitian⁹. dikarenakan adanya kekosongan norma dalam hukum perjanjian terkait hubungan kerjasama antara *affiliate* dan *e-commerce* yang menyebabkan tidak jelasnya kedudukan hukum para pihak dan akibat hukum yang belum diatur secara khusus dalam hukum perjanjian. maka dilakukan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*). dengan melakukan penelusuran pada bahan hukum primer (KUH Perdata, UU ITE) serta bahan hukum sekunder seperti buku ilmiah, jurnal penelitian terkait isu hukum yang diteliti¹⁰. Teknik pengumpulan bahan hukum dilaksanakan melalui metode bola salju dan dilakukan analisis kualitatif yakni menjabarkan data dalam bentuk kalimat yang disusun secara rinci sistematis serta analitis berhubungan dengan syarat dan prosedur pada *shopee affiliate program*¹¹.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hubungan Hukum Para Pihak Yang Terlibat Dalam Sistem *Affiliate E-commerce*

Hubungan hukum (*Rechtsverhouding, Legal Relation*), merupakan hubungan yang didalamnya melekat hak pada salah satu pihak serta pada pihak lainnya melekat kewajiban. hubungan hukum dalam perikatan yakni hubungan yang diakui serta diatur oleh hukum itu sendiri. oleh karena itu hubungan hukum memiliki akibat hukum

⁹ Benuf, Kornelius dan Azhar, Muhammad. "Metodologi Penelitian Hukum Sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer". *Jurnal Gema Keadilan*. 7, No. 1 (2020): 20-33

¹⁰ Diantha, I Made Pasek. "Metodologi Penelitian Hukum Normatif dalam Justifikasi Teori Hukum", (Prenada Media, Jakarta, 2016), 149

¹¹ Rosidi, Ahmad dan Zainuddin. M. "Metode DaLam Penelitian Hukum Normatif dan Sosiologis (Field Research)". *Journal Law and Government*. 1, No. 1 (2024): 46-58.

apabila terjadi pengingkaran terhadapnya.¹² hubungan antara sesama subyek hukum dapat terjadi antara individu dengan sesama individu maupun individu dengan badan hukum, serta badan hukum dengan badan hukum. hubungan hukum dengan benda berupa hak apa yang dikuasai oleh subyek hukum itu atas benda tersebut, baik benda berwujud, benda bergerak, atau benda tidak bergerak.¹³ hubungan hukum memiliki syarat-syarat yaitu adanya dasar hukum dan adanya peristiwa hukum.

Hubungan hukum sesuai dengan pandangan Soeroso ialah ikatan antara dua atau lebih pihak yang menyebabkan adanya hak terhadap kedua atau lebih pihak serta kewajiban yang perlu dilaksanakan kepada dua atau lebih pihak yang tercantum pada sebuah perjanjian. terkandung dua segi yang tidak sama dalam hubungan hukum yakni hak dan kewajiban. terdapat tiga unsur hubungan hukum diantaranya pertama ada pihak-pihak yang mempunyai hak dan/atau kewajiban, kedua memiliki tujuan atau objek pada pemberian hak atau kewajiban, tujuan atau objek dari hak dan kewajiban tersebut dapat berupa barang, jasa, Tindakan atau bahkan tidak melakukan sesuatu. Tujuan ini menjadi substansi dari kesepakatan yang akan dibuat. ketiga munculnya jalinan yang membuat perjanjian dengan suatu tujuan tersebut¹⁴, jalinan atau ikatan yang mengikat para pihak dengan tujuan tersebut, jalinan tersebut menciptakan perjanjian yang sah, Dimana hak suatu pihak menjadi kewajiban bagi pihak lain. Dan sebaliknya, dengan tujuan untuk mencapai objek yang telah disepakati. Singkatnya, ketiga unsur tersebut menjelaskan pada perjanjian muncul suatu hubungan yang saling mengikat para pihaknya. maka hubungan hukum disebut juga sebagai sebuah perikatan yang ialah hubungan yang diakui serta diatur oleh hukum itu sendiri.

Affiliate atau Afiliasi berasal dari kata serapan bahasa Inggris yang diartikan sebagai ikatan, atau penggabungan yang umum dipergunakan untuk menjadi suatu kegiatan seperti keterkaitan bisnis atau ikatan pekerjaan. sedangkan *marketing* dalam bahasa Inggris disebut sebagai pemasaran. maka *affiliate marketing* dapat diartikan sebagai pemasaran *affiliate*, yaitu salah satu metode atau cara pemasaran yang dilakukan dengan mempromosikan produk dari pemilik produk atau pelaku usaha (*Affiliate Merchant*) dan mendapatkan balas jasa atau komisi apabila terjadi transaksi atau terdapat produk yang terjual melalui *link affiliate* tersebut sedangkan sebutan untuk individu yang melakukan promosi produk melalui *link affiliate* disebut dengan *Affiliator*. Dari pengertian *affiliate* diatas dapat diketahui bahwa terdapat 3 pihak yang terlibat dalam kegiatan *affiliate*. Para pihak ini diantaranya Pelaku usaha, *Affiliator* dan Konsumen¹⁵. pada kegiatan periklanan, menurut A.Z Nasution terdapat tiga pihak yang terlibat pada hubungan hukum yang terjadi dalam kegiatan periklanan, diantaranya¹⁶:

1. Pengiklan, yakni perusahaan yang memesan iklan untuk mempromosikan, memasarkan, dan/atau menawarkan produk yang mereka edarkan.
2. Perusahaan iklan, ialah perusahaan atau biro yang bidang usahanya merupakan mendesain atau membuat iklan untuk para pemesannya.
3. Media, media elektronik atau nonelektronik atau bentuk media lain, yang menyiarkan iklan-iklan tersebut.

¹² Santoso, Lukman. *Hukum Perikatan*. (Setara Press, Malang, 2016), 6.

¹³ Marzuki, Peter Mahmud. "*Pengantar Ilmu Hukum*". (Prenada Media, Jakarta, 2012), 216

¹⁴ Lukman Santoso. *Op. Cit*, h. 4.

¹⁵ Diana, Novita. "Tiktok Affiliate, A New Marketing Channel For Brands". *Jurnal Inovasi Penelitian*. 3, No. 9 (2023): 7467-7471.

¹⁶ Sutedi, Adrian Sutedi. "*Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*". (Ghalia Indonesia, Bogor, 2008), 12.

Terkait proses terbentuknya sebuah iklan, dalam proses pembuatan iklan secara tradisional, diperlukan proses dan tahapan yang cukup panjang. pada proses pembuatan iklan, pengiklan akan menghubungi perusahaan periklanan untuk menuangkan beragam informasi produk menjadi sebuah konsep iklan yang bisa membuat konsumen tertarik, dalam prosesnya antara pengiklan dan perusahaan iklan akan menentukan durasi atau masa tayang iklan, sasaran konsumen yang dituju serta pengiklan akan membayar biaya pembuatan untuk promosi produknya kepada perusahaan iklan. apabila terdapat kesepakatan di antara pengiklan perusahaan iklan, maka akan ditentukan besaran budget yang diperlukan untuk memproduksi sebuah iklan dan media iklan yang akan digunakan dan kesepakatan tersebut dituangkan dalam bentuk kontrak keagenan iklan. biasanya dalam kontrak keagenan diantara kedua belah pihak didalamnya diatur hak dan kewajiban para pihak serta pertanggungjawaban atas hasil karya yang dihasilkan oleh perusahaan iklan tersebut dengan pengiklan¹⁷.

Mencermati proses suatu iklan secara tradisional, dengan demikian akan tampak bahwasanya perusahaan periklanan dalam melaksanakan kegiatannya terikat oleh hubungan hukum tertentu pada suatu kontrak keagenan. hubungan ini ialah satu di antara bentuk hubungan hukum seperti yang terdapat pada Pasal 1601 KUHPerdara terkait perjanjian-perjanjian untuk melakukan sementara jasa-jasa yang bukan hubungan kerja (Majikan-buruh) maupun persetujuan dalam rangka pemborongan pekerjaan, sebagai berikut.

“Selain persetujuan-persetujuan untuk melakukan sementara jasa-jasa yang diatur oleh ketentuan-ketentuan yang khusus untuk itu dan oleh syarat-syarat yang diperjanjikan, dan jika itu tidak ada, oleh kebiasaan, maka adalah dua macam persetujuan dengan mana pihak yang satu mengikatkan dirinya untuk melakukan pekerjaan bagi pihak yang lainnya dengan menerima upah persetujuan perburuhan dan pemborongan pekerjaan”

Kontrak keagenan yang dibuat oleh pengiklan dengan perusahaan periklanan menganut sistem terbuka, maknanya para pihak dalam kontrak keagenan dapat menetapkan sendiri apa saja yang menjadi hak dan kewajiban untuk kedua belah pihak. Sesuai dengan kehendak tersebut, para pihak dapat secara bebas mempertemukan kehendak mereka masing-masing sebagai suatu bentuk kesepakatan, sehingga kesepakatan yang timbul akan mengikat kepada para pihak. sedangkan pada proses terbentuk iklan oleh affiliator, hal ini didasarkan pada mekanisme kerja affiliate marketing yang dilakukan oleh seorang Affiliator. untuk dapat melakukan pemasaran atau promosi sebuah produk dengan *link affiliate e-commerce*, seorang yang ingin menjadi affiliator wajib mendaftar terlebih dahulu pada platform *e-commerce* yang menyediakan layanan program afiliasi. setelah affiliator bergabung pada program affiliate *e-commerce* tersebut, affiliator akan mendapatkan akses pada produk *affiliate e-commerce*.

Untuk mempromosikan produk tersebut sebagai *affiliate*, affiliator akan menggunakan alamat link atau tautan affiliate yang terdapat identitas unik dari akun affiliator yang terhubung dengan toko online produk pelaku usaha (*Merchant*) yang ada pada *e-commerce*¹⁸. ketika link afiliasi tersebut mendapatkan reaksi atau “klik” oleh konsumen, selanjutnya konsumen akan diarahkan langsung pada produk milik

¹⁷ Haryanto, Dedi. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Periklanan Yang Menyesatkan". (Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor, 2010), 204.

¹⁸ D.w, Septiana, R. T. Wahyudiantoro, S. K. Alaida, T. B. Santoso, "Etika Shopee Affiliator dalam meningkatkan Traffic Penjualan". *JATSI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)* 11, No. 1 (2024): 23-30

merchant dan dapat melakukan transaksi berdasarkan rekomendasi link dari affiliator. dengan demikian, apabila terjadi sebuah reaksi atau transaksi oleh konsuen affiliator akan mendapatkan komisi atas transaksi tersebut berdasarkan link milik affiliator terkait yang akan tercatat dalam laporan transaksi statistik performa *traffic* iklan *affiliate* pada sistem milik *e-commerce* penyedia *affiliate program*¹⁹.

Apabila pada hubungan periklanan antara pengiklan dan perusahaan periklanan diperlukan sebuah kontrak keagenan untuk melakukan kerjasama dalam memproduksi sebuah iklan, pada kegiatan *affiliate* dengan para pihak yaitu affiliator, pelaku usaha (*merchant*), dan konsumen. pada proses iklan yang dilakukan oleh affiliator. seorang affiliator tidak perlu menghubungi atau bertemu dengan pelaku usaha untuk meminta izin ketika ingin mengiklankan produknya pada link *affiliate* atau melakukan kontrak kerjasama periklanan kepada setiap pelaku usaha yang terdaftar dalam platform *e-commerce* untuk menghubungkan produk mereka dalam link *affiliate* milik affiliator.

Dalam konteks kebijakan tiap platform *e-commerce*, persetujuan merchant untuk promosi produknya melalui program *affiliate* pada umumnya sudah terintegrasi dalam bentuk *Terms & Conditions* dengan *e-commerce*. pelaku usaha yang ingin memasukkan produknya pada *e-commerce* terlebih dahulu mendaftar dan bergabung sebagai *merchant e-commerce* didasarkan pada perjanjian elektronik yang pada umumnya berbentuk *terms and condition* tersebut²⁰. mereka yang telah bergabung sebagai *merchant* secara tidak langsung menyetujui dan mengikuti *terms & condition* yang berlaku untuk mengatur setiap transaksi *merchant* termasuk menyetujui produknya dapat dipromosikan melalui berbagai saluran yang diadakan *e-commerce* termasuk promosi pada program afiliasi.

Seorang affiliator mendapatkan penghasilan yang didasarkan pada komisi dari setiap transaksi yang tercatat pada link afiliasinya. hal ini berbeda dengan hubungan hukum antara pengiklan dan perusahaan iklan dimana mereka terikat pada kontrak keagenan yang memunculkan hak dan kewajiban para pihaknya yang berupa kewajiban pengiklan membayar sejumlah biaya untuk mengiklankan produknya dan hak perusahaan iklan untuk mendapatkan upah jasa atas periklanan yang dilakukan²¹. dikarenakan affiliator dan pelaku usaha tidak memiliki hubungan hukum perjanjian secara langsung yang mengikat keduanya, maka tidak ada hak dan kewajiban diantara affiliator serta pelaku usaha. pelaku usaha tidak mempunyai kewajiban untuk melakukan pembayaran atas promosi yang dilaksanakan oleh affiliator serta affiliator tidak mempunyai hak untuk mendapatkan upah secara langsung dari pelaku usaha.

Apabila pada proses periklanan secara tradisional, pengiklan menghubungi perusahaan periklanan untuk menuangkan informasi produk untuk diwujudkan oleh perusahaan iklan sebagai sebuah konsep akhir iklan yang ditujukan untuk menarik perhatian konsumen, maka pada *affiliate marketing*, untuk mendapatkan informasi produk, affiliator cukup menggunakan informasi yang sudah tersedia pada deskripsi produk yang tertera pada *merchant* di *e-commerce*. affiliator untuk membuat sebuah konsep iklan pada link afiliasinya akan membuat sebuah konten yang bertujuan untuk

¹⁹ Helianthusonfri, Jefferly. "*Affiliate Marketing Modal Dengkul*". (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2016), 8.

²⁰ Qotrunnada, Fitriana. "Kedudukan Hukum Jual Beli Dalam Bisnis Afiliasi Menurut Hukum Perjanjian". *DINAMIKA: Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum Dinamika*. 29, No. 1 (2023): 6942-6957.

²¹ Anjarningtyas, Meidina Cahya. "Tanggung Jawab Endorser Atas Kerugian Konsumen Akibat Penggunaan Produk Endorsement". *DINAMIKA: Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum*. 28, No. 2 (2022): 3688-3701.

menarik perhatian konsumen, mendapatkan trafik, reaksi dan transaksi pada link affiliatennya, umumnya konten *affiliate* sering ditemui pada media sosial. konten *affiliate* tersebut berupa konten tulisan yang berisi rekomendasi-rekomendasi menarik atau konten foto dan video yang berisi ulasan atau testimoni affiliator yang dikemas secara menarik dan kreatif oleh affiliator²². konsumen yang tertarik dengan dengan produk *merchant* setelah melihat ulasan pada konten affiliator dan memutuskan untuk melakukan transaksi pada *link affiliate* tersebut, maka dari situlah transaksi yang masuk selanjutnya akan diteruskan kepada *merchant* dan terjadi hubungan transaksi jual beli antara pelaku usaha serta pelanggan.

Berdasarkan penjelasan tersebut antara hubungan affiliator, pelaku usaha (*merchant*) serta konsumen dalam kegiatan periklanan *affiliate* dan perbandingan yang dilakukan pada cara kerja produksi iklan secara konvensional oleh pengiklan dan perusahaan iklan serta mekanisme promosi produk secara digital oleh affiliator dapat disimpulkan bahwa Affiliator dalam hal ini bertindak sebagai pihak ketiga yang terpisah dari pengiklan (badan usaha/pelaku usaha) dan bukan merupakan perusahaan periklanan. affiliator berbeda dengan perusahaan iklan karena karena affiliator berperan sebagai pemasar independen yang didasarkan dari cara kerjanya dan tidak adanya kesepakatan yang dilakukan antara affiliator dengan *merchant*. hubungan antara affiliator dan pelaku usaha hanya sebagai pihak yang melakukan promosi produk, dan hubungan antara affiliator dengan konsumen adalah hubungan sebagai perantara pemasaran produk, affiliator berperan sebagai perpanjangan tangan untuk menghubungkan konsumen kepada pelaku usaha melalui link *affiliate* pemasaran yang terintegrasi dengan *merchant* atau toko online milik pelaku usaha.

3.2. Kedudukan Hukum Affiliator Dalam Kerjasama Dengan E-Commerce Shopee Melalui Program Shopee Affiliate Berdasarkan Hukum Perjanjian di Indoensia

Hubungan hukum antara affiliator dengan e-commerce adalah hubungan hukum kerjasama dalam bentuk kemitraan²³. kemitraan merupakan hubungan yang muncul antara seorang individu dan individu lain yang melaksanakan usaha dalam rangka untuk memperoleh profit, hubungan itu muncul sesuai dengan kontrak yang dinyatakan secara langsung atau tidak langsung. bentuk kemitraan menyebabkan adanya hak serta kewajiban para pihak. hak dan kewajiban para pihak ini dinyatakan pada perjanjian kemitraan ataupun yang ditetapkan oleh undang-undang. pada pelaksanaan program *affiliate shopee* pastinya berkaitan dengan adanya perjanjian antara pihak perusahaan *e-commerce* dengan member *affiliate*. hubungan hukum yang terjadi antara pihak *e-commerce shopee* sebagai penyedia layanan serta affiliator sebagai pemasar jasa pada sebuah perjanjian kemitraan.

Merujuk pada Hafsah, kemitraan ialah alat dari sebuah strategi bisnis yang dilaksanakan oleh kedua belah pihak atau lebih yakni industri dengan mitranya sepanjang periode tertentu dalam rangka mendapatkan profit bersama serta dengan

²² Noersabila, Esa Laela dan Ardiansyah, Atih. "Strategi Komunikasi Pemasaran Affiliator Shopee Dalam Mempromosikan Produk". *JIKA (Jurnal Informasi dan Kreativitas)*. 3, No. 2 (2023): 1-12.

²³ Rahman, Fathur. "Praktik Affiliate Marketing Pada Platform E-commerce Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah". *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam Istidlal* 6, No. 1. (2022): 24-37

memegang prinsip yang saling membutuhkan antar pihak²⁴. industri dapat dikatakan pengusaha besar yang memiliki SDM, modal dan teknologi, sedangkan mitra adalah individu atau usaha mikro, kecil, dan tidak mempunyai modal yang besar. agar individu atau usaha kecil tersebut bisa menjalankan usahanya, perlu adanya kerjasama dengan pengusaha yang memiliki SDM, modal serta teknologi yang memiliki modal usaha lebih besar. kerjasama antara individu atau UMKM dengan pengusaha besar ialah kemitraan, serta nama perjanjiannya ialah perjanjian kemitraan. Ada pula sejumlah unsur pokok yang ada dalam kemitraan meliputi tiga unsur antara lain:

- a. Kemitraan sebagai kerjasama usaha
- b. Pihak mitra yang terlibat bisa berasal dari individu atau pengusaha kalangan kecil, menengah dan atas
- c. Terjaminnya prinsip-prinsip membutuhkan satu sama lain, mendukung satu sama lain serta saling produktif.

Perjanjian kemitraan bisa diklasifikasikan ke dalam dua macam, yang mencakup:

1. Perjanjian kemitraan konvensional

Yaitu kontrak atau perjanjian yang dibuat antara usaha kecil dengan usaha menengah dan/atau besar, di mana usaha menengah dan/atau besar memiliki kewajiban memberi program kemitraan, pembinaan, serta pengembangan kepada usaha kecil. dan usaha kecil memiliki hak untuk mendapatkan program tersebut sesuai dengan kesepakatan yang ditentukan oleh dua belah pihak²⁵. subyek hukum pada perjanjian kemitraan konvensional merupakan usaha kecil dengan usaha menengah dan/atau usaha besar. objek perjanjiannya yakni kemitraan, bentuk kemitraannya ialah pembinaan serta pengembangan kepada usaha kecil. adanya perjanjian kemitraan secara konvensional dibuat serta ditandatangani secara langsung dan tertulis antara para pihak.

2. Perjanjian kemitraan secara Elektronik

Dalam bahasa Inggris dikenal sebagai "*Electronic Partnership Agreement*", sementara di bahasa Belanda disebut dengan "*Elektronische Partnerschap*" *Overeenkomst*, perjanjian kemitraan secara elektronik mengatur hubungan hukum antara pengusaha besar dengan seseorang atau usaha mikro kecil, di mana pengusaha besar menyediakan aplikasi untuk dipergunakan oleh seseorang atau usaha kecil untuk mengembangkan usahanya. sementara seseorang atau usaha kecil bergabung dengan kemitraan yang dibuat secara elektronik. subyek kemitraan secara elektronik, yakni pengusaha besar dengan individu atau usaha mikro kecil, obyek perjanjian kemitraan secara elektronik yakni penerapan kemitraan secara elektronik dan cara terjadinya perjanjian dilakukan dengan menggunakan teknologi elektronik²⁶.

Dalam perjanjian yang dilaksanakan antara *e-commerce shopee* dengan member *affiliate* yakni sebuah wujud perjanjian kerjasama kemitraan secara baku. kevalidan perjanjian yang dilaksanakan para pihak pada program *shopee affiliate* dilihat berdasarkan ketentuan perjanjian kemitraan secara baku yang pada penyusunan isi perjanjian kemitraannya tidak terdapat persetujuan yang muncul dari tawar menawar yang dilaksanakan setiap pihak. isi dari perjanjian tersebut hanya berupa *Terms & Condition* atau syarat dan ketentuan yang dibuat oleh shopee secara sepihak, sementara

²⁴ Alimin, Erina. et.al "Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Modern)". (Lombok Barat: Seval Literindo Kreasi, 2022), 158

²⁵ HS, Salim. "*Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat di Indonesia Buku Kedua*", (Jakarta: Sinar Grafika, 2014), 119

²⁶ HS. Salim. "Hukum Kontrak Elektronik". (Depok, Rajawali Press, 2020), 175

sebagai calon affiliator hanya bisa menyepakati atau menolak perjanjian yang diberikan oleh pihak *shopee*²⁷. KUHPerdota tidak mengetahui sebutan Perjanjian Kemitraan, dengan demikian perjanjian tersebut dikategorikan sebagai perjanjian tidak bernama (*innominaat*), yang mana pada Pasal 1319 KUHPerdota. perjanjian baku ialah sebuah bentuk dari kebebasan individu pengusaha yang menyatakan kehendak dalam melaksanakan usahanya. namun perjanjian kemitraan affiliator dengan e-commerce dapat didasarkan pada Pasal 1320 KUH Perdata terkait syarat sahnya suatu perjanjian, meliputi:

a. Adanya kesepakatan

Pada kegiatan *affiliate* didasarkan pada *term & condition* tiap platform *e-commerce* yang mengadakan program *affiliate*. kontrak antara calon affiliator dengan *shopee* dimulai ketika calon affiliator melengkapi formulir pendaftaran pada website *shopee affiliate* program. perjanjian kemitraan terjadi ketika affiliator menyetujui dan mengirimkan form persetujuan untuk mengikuti ketentuan dan layanan serta kebijakan *shopee affiliate* program. ketika affiliator mengirimkan form yang telah disetujui tersebut, maka perjanjian kemitraan *shopee* affiliator telah mengikat para pihak dan affiliator yang telah resmi terdaftar statusnya akan menjadi mitra pemasar *affiliate*.

b. Kecakapan untuk membuat perjanjian

Pada aturan *shopee affiliate* program tidak dicantumkan secara jelas batasan umur seorang affiliator. namun pada formulir pendaftaran *shopee affiliate* program, diwajibkan bagi affiliator untuk mengisi data rekening bank yang mana untuk membuat rekening bank seseorang harus berusia 17 tahun karena KTP diperlukan untuk membuka tabungan rekening bank. dengan demikian walaupun *shopee affiliate* tidak memberikan batasan usia pada *affiliate* programnya, namun hanya yang memenuhi syarat saja yang dapat menjadi seorang affiliator seperti yang terdapat pada KUH Perdata mengenai kecakapan para pihak.

c. Terdapat Prestasi atau suatu Hal Tertentu

Maksud dari objek tertentu merupakan prestasi yang menjadi pokok perjanjian para pihak, tercapainya tujuan dari objek perjanjian ini yaitu kewajiban affiliator untuk mempromosikan produk *shopee* dengan link *affiliate* kepada konsumen. konsumen diharapkan tertarik dengan konten *affiliate* yg disebarakan affiliator pada media sosial dan nantinya melakukan transaksi melalui *link affiliate* yang sudah terintegrasi dengan produk *merchant shopee*. apabila terjadi transaksi dengan *link affiliate* tersebut, maka affiliator akan mendapatkan komisi atas affiliatinya.

d. Ada sebab atau causa yang halal

Pada perjanjian kerjasama diharuskan memberi keuntungan untuk kedua belah pihak, perjanjian kemitraan antara affiliator dan *shopee* memiliki sebab yang halal karena perjanjian kemitraannya tidak melanggar undang-undang, kesusilaan serta ketertiban umum sebagaimana diatur pada Pasal 1337 KUH Perdata. walaupun aturan mengenai affiliator belum diatur secara khusus. namun affiliator dalam kegiatan promosi dan periklanannya harus mengikuti aturan yang berlaku terkait dengan kegiatan periklanan dan tidak melakukan tindakan yang termasuk dalam bentuk tindakan pelanggaran oleh *shopee* maupun konten yang dilarang sesuai dengan aturan *shopee affiliate guidelines*.

Dengan demikian dalam perjanjian kemitraan antara affiliator dan pihak *shopee* pada *shopee affiliate* program sudah sesuai dengan syarat sahnya perjanjian seperti yang tertuang pada pasal 1320 KUHPerdota. serta berdasarkan UU No. 19 Tahun 2016 tentang

²⁷ Fitri, Roro Ayu. "Keabsahan Perjanjian Dalam Program Shopee Affiliate". Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum Dinamika. 28, No. 8. (2022): 4246-4259

perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Elektronik, Pada Pasal 5 ayat (1) dijelaskan bahwa "Informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah". dengan adanya perjanjian kemitraan antara affiliator dengan pihak *shopee* sebagai dokumen elektronik yang mengikat para pihak serta diakui untuk menjadi alat bukti yang sah untuk memberi kepastian hukum khususnya dalam pembuktian terkait dengan segala perbuatan hukum terhadap pihak penyelenggara elektronik dan transaksi elektronik yang dilakukan secara digital²⁸.

Dalam Pasal 1320 KUHPerdata mengenai kecakapan tidak dijelaskan secara jelas terkait batasan usia seorang affiliator yang bergabung, akan tetapi berdasarkan persyaratan formulir mitra affiliator hanya dapat dilakukan oleh mereka yang telah memenuhi batas usia mendaftar minimal 17 tahun atau memiliki Kartu Tanda Pengenal yang diperlukan persyaratan untuk memiliki nomor rekening bank pribadi pada persyaratan formulir pendaftaran member *shopee* affiliate. maka perjanjian affiliate *shopee* adalah perjanjian kemitraan yang sah dan sesuai dengan Pasal 1338 KUHPerdata menyebutkan bahwasanya "semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya". perjanjian kemitraan *affiliate shopee* sah dan memiliki kepastian hukum walaupun perjanjian kemitraan ini merupakan perjanjian *Innominat*.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hubungan hukum yang terjadi antara para pihak yang terkait dengan kegiatan *affiliate e-commerce*, dalam konteks hubungan para pihak dalam kegiatan periklanan, affiliator tidak memiliki hubungan keagenan iklan secara langsung dengan merchant (pelaku usaha), melainkan bertindak sebagai pemasar independen, dan hubungan hukum antara affiliator dengan konsumen terbatas pada peran affiliator sebagai perantara periklanan saja. kemudian antara affiliator dengan *shopee* berdasarkan pada aturan *Shopee Affiliate* program menimbulkan hubungan hukum yaitu *shopee* sebagai penyedia layanan *e-commerce* dan affiliator sebagai mitra pemasar/ mitra pengiklan yang mana terikat pada suatu perjanjian kemitraan *affiliate shopee* yang sah, dimana affiliator memiliki kedudukan hukum sebagai mitra *affiliate shopee* yang memiliki kewajiban mempromosikan produk merchant melalui tautan affiliate mereka serta memiliki hak atas komisi *affiliate* dari *shopee*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Alimin, Erina et.al *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Modern)*, (Lombok Barat, Seval Literindo Kreasi, 2022).
- Diantha, I Made Pasek. *Metodologi Penelitian Hukum Normatif dalam Justifikasi Teori Hukum*, (Jakarta, Prenada Media, Jakarta, 2016).
- Haryanto, Dedi. *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Periklanan Yang Menyebabkan*. (Bogor, Penerbit Ghalia Indonesia, 2010).

²⁸ Putri, Ailsa Salsabila. S, 2024. "Aspek Hukum Transaksi Jual Beli Dengan Sistem Affiliate Pada Program *Shopee* Affiliate Dalam Perspektif Hukum Positif Indonesia". *Journal Commerce Law*, 4, No.1, 2024): 250-255

- Helianthusonfri, Jefferly. *Affiliate Marketing Modal Dengkul*, (Jakarta, Elex Media Komputindo, 2016).
- HS. Salim. *Hukum Kontrak Elektronik*. (Depok, Rajawali Press, 2020).
- HS. Salim. *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat di Indonesia Buku Kedua*, (Jakarta, Sinar Grafika, 2014).
- Maneh, Daniel dan Dewi Jayanti Mustika. *Menguasai Digital Marketing: Strategi Efektif di Platform Shopee*, (Sumedang, Mega Press Nusantara, 2024).
- Santoso, Lukman. *Hukum Perikatan*. (Malang, Setara Press, 2016).
- Marzuki, Peter Mahmud. *Pengantar Ilmu Hukum*. (Jakarta, Prenada Media, 2012).
- Sutedi, Adrian. *Tanggung Jawab Produk Dalam Hukum Perlindungan Konsumen*. (Bogor, Ghalia Indonesia, 2008).
- Suweleh, Fadhlun. *Resep Cepat Kaya Jalur Shopee Affiliate: Panduan lengkap memulai, mengembangkan, dan mengoptimalkan Penghasilan Dengan Shopee Affiliate*. (Yogyakarta, Penerbit Anak Hebat Indonesia, 2024).

Jurnal:

- Amaliasari, Rizki. "Kedudukan Hukum Influencer Dalam Iklan Produk Kosmetika Menyesatkan". *Jurnal Kertha Negara* 9, no. 1 (2021).
- Anjarningtyas, Meidina Cahya. "Tanggung Jawab Endorser Atas Kerugian Konsumen Akibat Penggunaan Produk Endorsement". *DINAMIKA* 28, no. 2 (2022).
- Benuf, Kornelius dan Azhar, Muhammad. "Metodologi Penelitian Hukum Sebagai Instrumen Mengurai Permasalahan Hukum Kontemporer". *Jurnal Gema Keadilan* 7, no. 1 (2020).
- Diana, Novita. "Tiktok Affiliate, A New Marketing Channel For Brands". *Jurnal Inovasi Penelitian* 3, no. 9 (2023).
- D.w, Septiana, R. T. Wahyudiantoro, S. K. Alaida, T. B. Santoso, "Etika Shopee Affiliator dalam meningkatkan Trafik Penjualan". *JATSI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)* 11, no. 1 (2024).
- Fitriani, Nur. "Analisis Praktik Pemasaran Afiliasi Pada Platform E-commerce Tinjauan Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah". *Jurnal EKSAP: Ekonomi Keuangan Syariah dan Akuntansi Pajak* 1, no. 3 (2024).
- Fitri, Roro Ayu. "Keabsahan Perjanjian Dalam Program Shopee Affiliate". *Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum Dinamika* 28, No. 8. (2022).
- Noersabila, Esa Laela dan Ardiansyah, Atih. "Strategi Komunikasi Pemasaran Affiliator Shopee Dalam Mempromosikan Produk". *JIKA (Jurnal Informasi dan Kreativitas)* 3, no. 2 (2023).
- Prameswari, I.A. Nanda. "Hubungan Hukum Antara Brand Ambassador Dengan Pemilik Produk Dalam Perjanjian". *Jurnal Kertha Desa* 10, no. 11 (2022).
- Putri, Ailsa Salsabila. S, 2024. "Aspek Hukum Transaksi Jual Beli Dengan Sistem Affiliate Pada Program Shopee Affiliate Dalam Perspektif Hukum Positif Indonesia". *Journal Commerce Law* 4, no. 1, 2024).
- Rahman, Fathur. "Praktik Affiliate Marketing Pada Platform E-commerce Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah". *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam Istidlal* 6, no. 1 (2022).
- Rosidi, Ahmad dan Zainuddin. M. "Metode DaLam Penelitian Hukum Normatif dan Sosiologis (Field Research)". *Journal Law and Government* 1, no. 1 (2024).
- Qotrunnada, Fitriana. "Kedudukan Hukum Jual Beli Dalam Bisnis Afiliasi Menurut Hukum Perjanjian". *DINAMIKA* 29, no. 1 (2023).

Berita:

Adi Ahdiat, *E-commerce dengan pengunjung terbanyak sepanjang 2023*". Terdapat dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>. Diakses tanggal 23 Januari 2025.

Adi Ahdiat, *Jumlah Pengunjung Situs E-commerce Indonesia Desember 2024*". Terdapat dalam <https://databoks.katadata.co.id/teknologitelekomunikasi/statistik/67847faf44dba/jumlah-pengunjung-situs-e-commerce-indonesia-desember-2024>. Diakses tanggal 23 Januari 2025.

Snapchart, *Ini Program Afiliasi di E-commerce yang dinilai beri komisi paling menguntungkan*". Terdapat dalam <https://databoks.katadata.co.id/teknologitelekomunikasi/statistik/03b9f97510b26a8/ini-program-afiliasi-di-e-commerce-yang-dinilai-beri-komisi-paling-menguntungkan>. Diakses tanggal 23 Januari 2025.

Peraturan Perundang-undangan:

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Elektronik, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016, Nomor 251, Tambahan Lembar Negara Nomor 5952.