

AKIBAT HUKUM WANPRESTASI PERJANJIAN AFFILIATE PROGRAM PADA E-COMMERCE DENGAN CONTENT CREATOR

Anak Agung Ngurah Oka Satria Krisna, Fakultas Hukum Universitas Udayana,

e-mail: okasatria77@gmail.com

Desak Putu Dewi Kasih, Fakultas Hukum Universitas Udayana,

e-mail: dewi_kasih@unud.ac.id

doi: <https://doi.org/10.24843/KS.2023.v11.i10.p18>

ABSTRAK

Penyusunan artikel ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaturan perjanjian affiliate program dan akibat hukum apabila terdapat wanprestasi dalam perjanjian Affiliate program. Dalam penyusunan artikel ini menggunakan penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan (statute approach) dan pendekatan konseptual (conceptual approach). e-commerce merupakan proses pembelian ataupun penjualan suatu produk terhadap konsumen dari suatu toko online ke toko online ataupun kepada perorangan sebagai perantara, affiliate program/marketing merupakan suatu system upah berbasis komisi yang diberikan oleh pemilik produk kepada seseorang yang telah berhasil mempromosikan produknya sehingga terjual kepada orang lain. perjanjian affiliate program ini termasuk perjanjian digital/paperless yang tertulis, berarti perjanjian digital itu dibuat dalam bentuk dokumen digital dan siap untuk dibaca lalu disetujui oleh pihak yang berminat sebagai calon affiliate program ini. perjanjian kerjasama kemitraan yang terjadi pada program affiliate ini terdapat kerugian antara pihak e-commerce ataupun affiliator dan tidak bertanggungjawab dalam hal melakukan wanprestasi pada program afiliasi, maka salah satu pihak dapat menempuh jalur hukum dengan cara mengajukan gugatan terhadap pihak yang menimbulkan kerugian, gugatan tersebut dapat diselesaikan melalui arbitrase atau Lembaga penyelesaian alternatif yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, tidak hanya itu, konsumen bisa memberitahu pihak penegak hukum yang berwajib apabila aksi tersebut memanglah tindak pidana penipuan.

Kata Kunci: E-Commerce, Content Creator, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, Wanprestasi

ABSTRACT

The preparation of this article has the aim of knowing the arrangement of the affiliate program agreement and the legal consequences if there is a default in the Affiliate program agreement. In the preparation of this article using normative legal research with a statutory approach (statute approach) and conceptual approach (conceptual approach). E-commerce is the process of buying or selling a product to consumers from an online store to an online store or to individuals as intermediaries, affiliate program / marketing is a commission-based wage system given by product owners to someone who has succeeded in promoting their products so that they are sold to others. This program affiliate agreement includes a written digital/paperless agreement, meaning that the digital agreement is made in the form of a digital document and is ready to be read and approved by interested parties as prospective affiliates of this program. The partnership cooperation agreement that occurs in this affiliate program has losses between e-commerce parties or affiliates and is not responsible in the event of defaulting on the affiliate program, then one party can take legal action by filing a lawsuit against the party that caused the loss, the lawsuit can be resolved through arbitration or alternative settlement institutions in accordance with the provisions of laws and regulations, Not only that, consumers can notify the law enforcement authorities if the action is indeed a criminal act of fraud.

Keywords: E-Commerce, Content Creator, Information and Electronic Transactions Law, Wanprestatie

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara hukum yang setiap masyarakat terikat kepada hukum yang berlaku di Indonesia yang bersifat mutlak dan wajib ditaati apabila tidak ditaati akan menimbulkan sanksi bagi yang melanggar hukum positif di Indonesia. Indonesia juga memiliki keanekaragaman ras, suku, budaya, agama dan kekayaan bahasa yang sangat banyak, serta keanekaragaman sumber daya alam yang tersedia. Saat ini Indonesia termasuk sebagai negara berkembang dengan penduduk berjumlah sebanyak 273,52 juta jiwa. Masyarakat Indonesia termasuk masyarakat yang konsumtif terutama pada kalangan remaja, karena remaja memiliki gaya hidup tinggi dengan kecenderungan untuk melakukan kegiatan yang bersifat konsumtif dan berperilaku sama dengan teman-temannya.¹

Perkembangan perekonomian di Indonesia dalam perdagangan ataupun jenis barang yang dapat digunakan sangat cepat berkembang. Selain itu kemajuan ilmu dan teknologi sangat pesat sehingga transaksi jual beli dalam perdagangan sangatlah mudah.² Produk-produk yang dijual di *online shop* tentu saja sangat beragam seperti makanan siap saji, kebutuhan rumah tangga dan lain-lain. Terdapat dua macam kebutuhan dalam hidup, pertama merupakan kebutuhan yang memang sangat dibutuhkan (*needs*) dan terdapat juga kebutuhan berdasarkan keinginan (*wants*). *Needs* merupakan kebutuhan primer, dimana kebutuhan tersebut adalah kebutuhan yang sangat diperlukan bagi manusia dikehidupan sehari-harinya, sedangkan kebutuhan sekunder merupakan kebutuhan yang bertujuan untuk memenuhi keinginan dalam diri manusia agar kehidupan manusia berjalan dengan baik, kebutuhan sekunder ini biasanya dipenuhi setelah mendapatkan kebutuhan primer.³ Memenuhi kebutuhan itu sangatlah susah, karena manusia dianggap tidak pernah puas, terutama untuk mendapatkan sesuatu dengan berbagai cara, terutama dengan cara yang simpel. Era 4.0 ini perkembangan teknologi yang sangat pesat, semua perdagangan sudah menjadi jual beli *online* (*online shop*) atau dikenal dengan sebutan lain yaitu *e-commerce*. Pembelian di *e-commerce* merupakan pilihan utama bagi masyarakat di Indonesia, karena banyak masyarakat di Indonesia yang malas untuk pergi keluar rumah untuk membeli kebutuhannya.⁴

E-commerce bisa dimaknai sebuah metode belanja ataupun berdagang dengan cara *direct selling* atau *online* dengan mempergunakan layanan internet yang terdapat pada *website* yang memberikan sebuah pelayanan *get and delivery*. Transaksi online jual beli yang dilakukan oleh pihak-pihak tersebut tidak perlu untuk bertemu secara langsung dalam melakukan kegiatan jual beli dalam transaksi elektronik tersebut.⁵

¹ Yudasella, Ighfa Fahira, and Astrie Krisnawati. "pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif siswa sekolah menengah atas di kota Bandung." *Jurnal Mitra Manajemen* Vol. 3 No. 6 (2019): hlm. 676.

² Phillip Dillah, "Dasar Pokok Hukum Dagang." (Bekasi: Multie Karya, 2015) hlm. 28.

³ Gunawijaya, Rahmat. "Kebutuhan Manusia Dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis Dan Ekonomi Islam." *Jurnal Al-Maslahah* Vol. 13 No. 1 (2017): hlm. 131

⁴ Pariwang, Samsul, Nursalam Nursalam, and Ahmadin Ahmadin. (2018). "Modernitas dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Unismuih Makassar." Universitas Negeri Makassar, 2018. hlm. 12

⁵ Ayu, Isdiyana Kusuma. "Peran Pengadilan Negeri Indonesia dalam Penyelesaian Sengketa Transaksi Elektronik Internasional." *Legality: Jurnal Ilmiah Hukum* Vol. 26 No. 1 (2018): hlm. 40-52.

Di era 4.0 sekarang internet marketing atau dikenal dengan program afiliasi sudah berkembang sangat pesat. Program Afiliasi ini adalah metode mengiklankan suatu produk melalui web ataupun melalui seorang *content creator* yang terkenal di *social media* seperti *tiktok*, *youtube*, *facebook*, dll. *content creator* adalah seorang pembuat konten yang memiliki banyak pengikut pada *social media*. Seorang *content creator* dapat membangun *engagement* atau ikatan dengan pengikutnya menggunakan cara yang menginspirasi, menghibur ataupun memberikan informasi yang dapat mempengaruhi pengikutnya, oleh karena itu banyak perusahaan yang melirik *content creator* untuk diajak bekerjasama untuk mempromosikan produk brandnya tersebut karena seorang *content creator* bisa menetapkan tren diantara para audiensnya sehingga produk yang digunakan tersebut menjadi lebih terkenal. Pengaruh *content creator* dalam *advertising* atau periklanan sangat memberikan dampak yang sangat signifikan dalam membantu perusahaan, Adapun beberapa alasannya mengapa *content creator* sangat berdampak dalam periklanan suatu produk yaitu :⁶

1. Mempermudah promosi produk dengan konten-konten yang menarik dan berkualitas
2. Lebih mudah membranding produknya dengan gaya dan ciri khasnya dengan karya dari *content creator*
3. *Content creator* dapat menciptakan konten yang sesuai dengan kebutuhan audien, sehingga produk-produk yang diiklankan dipercaya oleh konsumen.
4. *Content creator* mudah dalam menentukan target pasar.
5. Meningkatkan produk-produk yang diklankan menjadi lebih dikenal dikalangan masyarakat

Dengan adanya *content creator* tersebut strategi pemasaran ataupun promosi suatu produk akan menjadi lebih mudah promosi yang dilakukan tersebut dikenal sebagai *Endorsement* yakni suatu Tindakan yang mendukung suatu produk sehingga dapat menarik minat audiensnya agar tertarik untuk memesan produk yang dipromosikan oleh para *content creator* tersebut di *online shop (e-commerce)* sehingga banyak *e-commerce* yang menggunakan jasa *content creator* dalam *affiliate program*.

Affiliate program atau program afiliasi ini akan memberikan imbalan berupa komisi apabila seorang *content creator* ataupun pihak yang sudah bergabung dengan program afiliasi ini berhasil menjual produk yang di promosikan oleh pihak-pihak afiliasi program afiliasi tersebut.⁷ Awal mula perkembangan program afiliasi ini Ketika perusahaan memperhatikan suatu kemungkinan apabila perusahaannya bekerjasama dengan perusahaan lainnya dengan menggunakan hubungan afiliasi. Seiring berjalannya waktu hubungan afiliasi tersebut melalui iklan ternyata jauh lebih murah dibandingkan dengan promosi lainnya, oleh karena program afiliasi ini menjadi sangat bermanfaat bagi perusahaan yang menjual jasanya dengan berafiliasi sebagai rekan dengan mitra dari perusahaan lain. Program afiliasi ini sangat banyak mulai dari aplikasi, tool, web domain, hosing, freelance, supplier, buku, fashion, *e-commerce*

⁶ Larasati, Putu Karin Pradnya. "Efektivitas content creator dalam strategi promosi di era digital." In *SANDI: Seminar Nasional Desain*, Vol. 1 (2021): hlm. 2

⁷ Prathama, Muhammad Fadli, Rakhmadi Irfansyah Putra, Andi Dahroni, and Eka Putra. "Penerapan Metode Pemasaran Affiliate Pada Digital Marketing Sistem Informasi Penerimaan Mahasiswa Baru." *INTEK: Jurnal Informatika dan Teknologi Informasi* Vol. 4 No. 1 (2021): hlm. 53

ataupun bisnis lainnya yang membutuhkan internet marketing.⁸ Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menjelaskan bahwa kegiatan transaksi elektronik atau *e-commerce*, diakui secara sah apabila digunakan sebagaimana ketentuan peraturan perundang-undangan yang telah diberlakukan dan informasi tersebut memang asli ataupun tertulis, dimana informasi tersebut tertuang didalamnya dan dapat diakses, dapat dipertanggungjawabkan, ditayangkan dan dijamin keutuhannya maka keadaan dapat terjamin. Sistem tersebut menggunakan sistem elektronik yang dapat dipertanggungjawabkan sebagaimana perkembangan teknologi informasi.

Guna terpenuhinya keperluan hidup serta kepastian hukum dalam marketing, maka wajib diadakannya sebuah kesepakatan ataupun perjanjian didalam transaksi. Perjanjian yang dilakukan antara *content creator* atau member *affiliate* dengan *e-commerce* adalah sebuah wujud perjanjian kerjasama kemitraan baku serta dibentuk secara tertulis, akan tetapi dalam KUH Perdata perjanjian kersama ini tidak dapat ditemukan sehingga oleh perjanjian ini diklasifikasikan sebagai perjanjian tak memiliki nama (*innominate*). Sebuah wujud kebebasan perorangan pengusaha yang menyampaikan keinginan ketika melaksanakannya merupakan pengertian perjanjian baku.⁹ Perjanjian merupakan salah satu cara untuk mengikat antar pihak selain Undang-Undang, dalam suatu perjanjian terdapat suatu asas yang dinamakan sebagai asas konsensualisme, asas konsensualisme ini merupakan suatu perjanjian terbentuk karena adanya kata sepakat atau sah, yang berarti suatu perjanjian akan lahir apabila tercapainya kata sepakat antara kedua belah pihak.

Kerjasama *affiliate program*, terdapat hak dan kewajiban yang harus dipenuhi, hak afiliasinya berupa komisi dari pemilik toko yang melakukan *affiliate program* sesuai dengan perjanjian oleh pihak pemilik *affiliate program* ini, lalu untuk kewajibannya berupa promosi produk pada *social media* atau media yang telah disepakati. Hak dari pemilik *affiliate program* adalah produknya telah diiklankan oleh affiliator melalui media sosial ataupun media yang disepakatinya dan untuk kewajibannya adalah memberi komisi kepada affiliatornya. Dalam perjanjian *affiliate program* bisa terjadinya wanprestasi diantaranya :¹⁰

1. Pencairan komisi yang tidak sesuai dengan jumlah pada aplikasi
2. Komisi tidak dibayarkan
3. *Content* yang ditampilkan tidak sesuai dengan market yang telah disepakati

Urgensi dari penelitian sangat penting karena *Affiliate program* di Indonesia ini sudah semakin luas, sehingga perjanjian *affiliate program* ini telah banyak terjadi apalagi dalam perkembangan teknologi digital dan banyaknya *content creator* di Indonesia, dan pentingnya untuk melaksanakan prestasi yang telah dijanjikan. Dengan dilakukannya penelitian ini, peneliti berharap penelitian ini mampu menjadi referensi untuk para pelaku usaha dalam memberikan perlindungan hukum pada *content creator* sebagai affiliator ataupun pihak pemilik *affiliate program* dalam programnya, serta sebagai patokan agar para affiliator agar lebih waspada saat melakukan kerjasama *affiliate program*.

Adapun originalitas penelitian terdahulu yang penulis gunakan sebagai acuan mengenai *affiliate* yaitu artikel jurnal dari penelitian I Made Rama Balapati Wahendra yang

⁸ Sinaga, Alya Izdihar Jayur. (2022) "Keabsahan Sistem Affiliate Pada Program Shopee Ditinjau Dari Perspektif Kuhperdata." Skripsi Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.

⁹ Muhammad, Abdulkadir. *Perjanjian Baku Dalam Praktek Perusahaan Perdagangan*. (Citra Aditya Bakti, 1992), hlm. 2

¹⁰ Farihatul Ulya, Atsna, and Burhanuddin Susanto. "Perlindungan hukum Mitra Program afiliasi E-commerce di Indonesia." *Journal of Islamic Business Law* Vol. 2 No. 2 (2018). hlm. 5

berjudul “Penjatuhan Sanksi Pidana Terhadap Anak Sebagai *Affiliate* Aplikasi Trading Bodong Di Indonesia”.¹¹ Penelitiannya berfokus membahas secara khusus ihwal anak yang menjadi influencer atau affiliate pada aplikasi trading. Hasil kajiannya bahwa prosedur penanganan kasus anak menjadi *affiliate* atau *influencer* sejak dini bahwa transaksi dilakukan dibawah umur tidak absah dalam melakukan transaksi hukum terdapat undang-undang yang mengaturnya tentang kebolehan dalam melaksanakan transaksi elektronik akan tetapi masih terdapat kekaburan norma dalam pasal 1320 KUHPerdata yang menyatakan tidak cakap dalam membuat suatu perikatan sedangkan pasal 15 ayat (2) UU ITE memperbolehkan anak dibawah umur untuk melaksanakan transaksi elektronik, untuk anak sebagai *influencer trading* dapat dipidana tentang penyuaipan dengan syarat anak dengan sadar dan sengaja melakukan Tindakan melawan hukum oleh karenanya perbuatannya mendasari faktor “sekongkol” pada Pasal 480 KUHP atau turut serta dalam melakukan tindak pidana pada pasal 55 KUHP dan pembantu melakukan tindak pidana pada pasal 56 KUHP. Perbedaan terkait pembahasan pada penelitian jurnal ini yaitu jurnal ini akan membahas tentang pengaturan hukum perjanjian *affiliate program* dengan *e-commerce* dan lebih menekankan mengenai akibat hukum apabila terdapat wanprestasi dalam *affiliate program* ini dengan content creator sedangkan penelitian awal berfokus membahas *affiliate* pada aplikasi trading dan proses hukuman pidana terhadap anak-anak.

1.2. Rumusan Masalah

Terdapat permasalahan yang dibahas dalam artikel ini adalah:

1. Bagaimanakah Pengaturan hukum Perjanjian *Affiliate Program* ditinjau dari hukum positif di Indonesia?
2. Bagaimanakah akibat hukum apabila terdapat wanprestasi dalam perjanjian *Affiliate Program* dengan *Content Creator*?

1.3. Tujuan Penulisan

Penulisan artikel ini adalah untuk mengetahui pengaturan hukum perjanjian *Affiliate program* ditinjau dari hukum positif di Indonesia, serta untuk mengetahui akibat hukum apabila terdapat wanprestasi dalam perjanjian *Affiliate program*?

2. METODE PENELITIAN

Dalam penyusunan artikel ini menggunakan penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conseptual approach*).¹² Pendekatan perundang-undangan adalah pendekatan yang menelaah peraturan-peraturan terkait dengan permasalahan hukum dalam penelitian ini. Pendekatan konseptual adalah pendekatan yang memberikan sudut pandang analisis terhadap penyelesaian masalah pada penelitian hukum baik dari aspek konsep hukum. Sumber hukum yang digunakan pada artikel ini adalah bahan hukum primer dan sekunder. Bahan hukum primer yang peneliti gunakan adalah regulasi atau peraturan perundang-undangan yang masih berlaku. Sedangkan

¹¹ I Made Rama Balapati Wahendra, dan Nyoman Satyayudha Dananjaya. " Penjatuhan Sanksi Pidana Terhadap Anak Sebagai *Affiliate* Aplikasi Trading Bodong Di Indonesia." *Kerthadesa: Jurnal Ilmu Hukum* Vol. 10 No. 12 (2013).

¹² Amiruddin dan Zainal Asikin. "Pengantar Metode Penelitian Hukum" (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 118

bahan hukum sekunder yang digunakan yaitu doktrin-doktrin, jurnal, artikel, literatur hukum dan literatur lain dengan permasalahan yang berkaitan pada artikel ini.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Pengaturan Hukum Perjanjian *Affiliate program* ditinjau Dari Hukum Positif di Indonesia

1. *E-commerce*

Penjelasan *E-commerce* menurut para ahli sebagai berikut;¹³

Menurut Laudon & Laudon menjelaskan pengertian *e-commerce* yaitu proses membeli atau menjual produk menggunakan media elektronik yang dilakukan oleh konsumen maupun perusahaan dengan perusahaan menggunakan media digital sebagai perantara dari transaksi bisnisnya.

Menurut Kozinets, definisi dari *E-commerce* ialah proses dari pembayaran, pembelian, penjualan ataupun barter produk, informasi ataupun jasa jaringan melalui internet.

Menurut Hartman, Amir, Menjelaskan *E-commerce* ialah jenis dari teknik bisnis berbasis elektronik yang berfokus terhadap transaksi bisnis berbasis individu melalui internet sebagai perantara pertukaran barang ataupun jasa antar para pihak.¹⁴

e-commerce ialah proses pembelian ataupun penjualan suatu produk terhadap konsumen dari suatu toko online ke toko online ataupun kepada perorangan sebagai perantara, media yang digunakan *e-commerce* adalah situs internet ataupun suatu platform yang dibuat untuk membantu toko online dalam hal penjualan suatu produknya. *E-commerce* hanyalah sebuah media yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan secara pesat dan membantu memperkenalkan toko online yang dionlinekan kepada masyarakat agar lebih dikenal luas sehingga dapat memperluas target pasar. Keberadaan *e-commerce* sebagai alternative bisnis yang sangat menjanjikan karena dunia *e-commerce* sangat mudah untuk diakses oleh kalangan masyarakat di Indonesia dalam hal melakukan suatu transaksi yang dilakukan oleh pihak toko online sebagai penjual produknya kepada konsumen.

2. *Affiliate Program*

Perusahaan dalam memasarkan suatu produknya sangat membutuhkan strategi untuk menjual atau mempromosikan produk yang dimiliki, oleh karena itu dalam teori marketing, untuk menarik pasar harus dapat mempengaruhi minat produk. Adapun empat variabel dalam pemasaran produk, yaitu :¹⁵

- a. Produk,
- b. Tempat,
- c. Harga, dan
- d. Promosi

¹³ Pradana, Mahir. "Klasifikasi jenis-jenis bisnis *e-commerce* di Indonesia." *Neo-Bis* 9, No. 2 (2015). hlm. 34

¹⁴ Romindo, Romindo, Muttaqin Muttaqin, Didin Hadi Saputra, Deddy Wahyudin Purba, M. Iswahyudi, Astri Rumondang Banjarnahor, Aditya Halim Perdana Kusuma, Faried Effendy, Oris Krianto Sulaiman, and Janner Simarmata. "*E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*." (Yayasan Kita Menulis, 2019). hlm. 2

¹⁵ Yanti, Ira, Muhammad Irwan Padli Nasution, and Sri Suci Ayu Sundari. "Peran Shopee *Affiliate* Terhadap Peluang Kerja." *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)* Vol. 2 No. 1 (2023). hlm. 24

Untuk menjual suatu produk hal yang terpenting dalam Teknik penjualan tersebut adalah promosi, dengan promosi ini produk-produk yang ditawarkan akan dikenal oleh kalangan masyarakat, promosi yang dilakukan dapat berupa afiliasi dengan pihak-pihak yang sangat berpengaruh dengan kalangan masyarakat seperti halnya konten kreator. Melalui affiliate program ini perusahaan akan dengan mudah untuk memasarkan produk yang dimiliki, pemasaran produknya dapat melalui social media yang digemari oleh masyarakat contohnya youtube, Instagram, tiktok, dan lainnya, karena pengaruh dari konten yang dibuat sangat menarik sehingga mampu untuk menarik perhatian audiensnya untuk membeli barang yang telah dipromosikan.

Prayitno menjelaskan bahwa affiliate program/marketing merupakan suatu system upah berupa pemberian komisi oleh pemilik produk kepada seseorang afiliator yang sudah berhasil mempromosikan produknya sehingga terjual kepada orang lain.¹⁶ Affiliate program ini dilakukan menggunakan suatu link yang terhubung langsung ke pemilik produk/merchant. Komisi dari pemasaran produk ini menggunakan persentase dari hasil produk yang dijual atau dengan cara lain tergantung dengan perjanjian oleh kedua belah pihak yang telah bekerjasama. Affiliate program ini dapat dijadikan suatu pekerjaan yang menghasilkan tambahan pendapatan bagi masyarakat ataupun para content creator dengan cara memperkenalkan produk-produk yang ada di e-commerce melalui social media (YouTube, Tiktok, Instagram, Facebook). Para afiliator diberikan kebebasan berinovasi dalam pengerjaan konten yang menarik selama video produk yang di promosikan tersebut telah memenuhi syarat serta ketentuan dari suatu e-commerce, bahkan tanpa mengeluarkan modal sedikitpun. Pelaksanaan affiliate program yang dilakukan oleh e-commerce bisa membuka lahan pekerjaan bagi para content creator dengan cara melakukan perjanjian kerjasama kemitraan.

e-commerce dalam menjalankan Affiliate program ini memberikan komisi kepada mitra afiliatennya yang sering disebut sebagai afiliator, Keuntungan Affiliate program ini terlihat apabila penjualan dan promosi yang dilakukan telah berhasil dilakukan oleh afiliator terdaftar dalam affiliate program ini. Adapun beberapa pembagian Komisi dari beberapa e-commerce sebagai berikut.

Sistem komisi affiliate program pada shopee adalah dibayar sesuai produk yang berhasil dijual atau disebut sebagai pay per sale. sistem komisi tersebut didapat oleh pemasar apabila produk tersebut telah terjual, pembagian komisi yang diberikan terbagi menjadi 2 yaitu :¹⁷

- a. Konsumen lama, apabila pembeli ialah konsumen lama dari shopee sehingga afiliator akan mendapatkan 2,5 % dari harga produk yang berhasil terjual
- b. Konsumen baru, apabila pembeli merupakan konsumen baru dari shopee sehingga afiliator akan mendapatkan komisi sebanyak 10 % dari harga produk yang berhasil terjual.

¹⁶ Rahman, Fathur. "Praktik Affiliate Marketing pada Platform E-commerce dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah." *Istidlal: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam* Vol. 6, No. 1 (2022). hlm. 25

¹⁷ <https://shopee.co.id/m/affiliates> diakses pada 09 maret 2023 pukul 23:00 WITA

Sistem komisi *affiliate program* pada Tokopedia sama menggunakan sistem *pay per sale*, namun terdapat sedikit perbedaan dimana penjualannya berdasarkan dengan kategori barang yang dijual.¹⁸

- a. 10% Produk Makanan dan Minuman
- b. 8% Produk Kecantikan, Fashion, & Rumah Tangga
- c. 5% Produk Kesehatan, Ibu dan Bayi
- d. 3% Produk Olahraga/Hobi
- e. 1% Produk Handphone, Otomotif, dan Elektronik
- f. 2% Produk lainnya diluar dari kategori yang sudah disebutkan

Sistem Komisi *Affiliate program* pada Tiktok Shop sama juga menggunakan *system pay per sale*, namun komisi yang didapat berbeda-beda tergantung dengan toko online shop yang terdapat pada tiktok shop, Adapun range persentase sebesar 5-15% dari harga produk yang telah dijual¹⁹

3. Perjanjian Program *Affiliate* dengan *e-commerce*

E-commerce sebagai alternatif bisnis yang terbilang menjanjikan untuk dilakukan di era 4.0 ini, karena *e-commerce* sangat mudah untuk digunakan baik dari segi penjual (*merchant*) dan pembeli (*buyer*) dalam melaksanakan transaksi perdagangan walaupun tanpa bertatap muka sekalipun. Dalam dunia *e-commerce*, perjanjian itu tetap ada walaupun berada pada dunia yang berbeda, perjanjian *e-commerce* ini terjadi dengan cara online atau tanpa adanya pihak yang bertatap muka secara langsung. Bentuk Hubungan hukum dalam *affiliate program* ini merupakan mitra Kerjasama sebagai jasa pemasaran. jasa sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan yang selanjutnya disebut UU Perdagangan pada pasal Pasal 1 Ayat 6 menjelaskan tentang jasa yaitu layanan atau pekerjaan untuk mencapai hasil kerja dari satu pihak ke pihak lainnya untuk dimanfaatkan oleh konsumen atau Pelaku Usaha, sehingga dalam perjanjian *affiliate program* ini terdapat pihak yang akan mempromosikan suatu produk yang diperdagangkan dan menjualnya ke pihaklainya sehingga pihak yang mempromosikan produk tersebut akan memperoleh komisi berdasarkan kesepakatan yang telah diperjanjikan.,

KUH Perdata menjelaskan mengenai perjanjian pada Pasal 1313 bahwa;
"suatu perjanjian adalah perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan diri terhadap satu orang atau lebih. Bila pembeli melakukan kata persetujuan sepakat dengan penjual maka terjadilah jual beli tersebut."

Berdasarkan pengertian diatas, suatu perjanjian merupakan Tindakan satu pihak yang berjanji pada pihak yang lain untuk memberikan sesuatu ataupun melaksanakan sesuatu, maka dari itu timbulah hubungan antara para pihak tersebut yang saling mengikat sehingga kedua belah pihak diwajibkan untuk memenuhi prestasi yang telah dijanjikan hal tersebut dinamakan sebagai perjanjian. Perjanjian tersebut dapat berupa perkataan yang memiliki janji-janji yang diucapkan maupun tertulis.

¹⁸ <https://www.tokopedia.com/help/article/pertanyaan-seputar-program-affiliate-tokopedia> diakses pada 09 maret 2023 pukul 23:15 WITA

¹⁹ <https://shop.tiktok.com/business/en/affiliate> diakses pada 09 maret 2023 pukul 23:30 WITA

Adapun Syarat Sahnya suatu perjanjian berdasarkan Pasal 1320 KUH Perdata sebagai berikut;

- a. Kata sepakat dari kedua belah pihak yang ingin mengikatkan dirinya
- b. Cakap hukum dalam pembuatan perjanjian
- c. Adanya prestasi yang diperjanjikan
- d. Suatu klausula halal

Jika dikaitkan dengan perjanjian *affiliate program* pada *e-commerce* maka jenis perjanjian ini termasuk perjanjian digital/paperless yang tertulis, perjanjian digital itu dibuat dalam bentuk dokumen digital yang siap untuk dibaca lalu disepakati oleh pihak yang berminat sebagai calon *affiliate program* ini. Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi elektronik dan Undang-Undang Nomor 19 tahun 2016 Tentang Perubahan atas Undang-undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik selanjutnya disebut UU ITE, menjelaskan bahwa Informasi, Dokumen ataupun hasil cetakan elektronik dapat digunakan sebagai alat bukti dimata hukum yang berarti perjanjian tersebut diakui sebagai alat bukti yang sah. Jenis perjanjian *affiliate program* ini sering diistilahkan sebagai "*take it or leave it contract*" yang berarti debitur diberikan pilihan untuk mengambil atau tidak mengambil kontrak tersebut, apabila mengambil kontrak tersebut maka perjanjian tersebut akan terjadi namun apabila debitur tidak mengambil kontrak tersebut maka tidak akan ada perjanjian tersebut.²⁰ maka perjanjian tersebut dapat disahkan secara hukum atau diakui secara hukum positif di Indonesia apabila perjanjian tersebut sah menurut undang-undang sesuai dengan syarat dari sahnya perjanjian, apabila telah terbentuknya kata sepakat dalam perjanjian antara para pihak, maka dari itu calon *affiliate* menyepakati segala ketentuan yang telah ditentukan oleh pihak *e-commerce* dan mendaftar lalu mengirim file pendaftaran sebagai *affiliate program*. Adanya kecapakan dalam membuat suatu perjanjian, cakap hukum yang dimaksud berarti orang tersebut minimal berumur 18 tahun (sudah memiliki KTP) atau sudah menikah. Mengenai suatu hal tertentu yang dimaksud adalah kewajiban pihak *affiliate* untuk mempromosikan produk dengan cara menyalurkan link yang telah ditentukan kepada para konsumen yang berminat untuk membeli produk tersebut. Adanya klausula halal, klausula halal yang dimaksud berupa perjanjian Kerjasama *affiliate program* ini tidak boleh bertentang pada undang-undang, ataupun dengan ketertiban umum dan juga kesusilaan.

Adapun beberapa syarat untuk mengikuti *affiliate program* pada *e-commerce* sebagai berikut :

Ketentuan pada E-commerce Shopee :²¹

"Ketentuan Bergabung:"

- "Pastikan social media media kamu aktif, terbuka untuk umum, dan memiliki konten yang orisinal."
- "Pastikan akun Shopee yang terdaftar adalah akun pribadi, bukan akun toko atau penjual Shopee."

²⁰ Syahrin, M. Alvi. "Konsep Keabsahan Kontrak elektronik berdasarkan hukum nasional dan uncitral Model Law On Electeronic Commerce." *Repertorium Jurnal Ilmiah kenotariatan* Vol. 9 No. 2 (2020). hlm. 108

²¹https://shopee.co.id/m/affiliates?gclid=Cj0KCQiApKagBhC1ARIsAFc7Mc5cuVCNM0FBoMizpG4RPLfa1gi_CurzC9bp0lzCU1nwoz735GynxhoaAqwgeALw_wcB diakses pada 10 Maret 2023 Pukul 00:14 WITA

- "Memenuhi 8.000 subsciber untuk akun Youtube, dan 10.000 Follower untuk akun Instagram dan Tiktok."

"Ketentuan Produk dan Konten yang Dilarang:"

- "Produk dan konten yang berkaitan dengan kegiatan ilegal (narkoba dan obat-obatan terlarang, penipuan, terorisme, tindak kriminal, dll)."
- "Produk dan konten yang berkaitan dengan tembakau, perjudian, dan senjata."
- "Produk dan konten yang berkaitan dengan pornografi atau cabul."
- "Produk dan konten yang berkaitan dengan kekerasan."
- "Produk dan konten yang mengandung ujaran kebencian, bersifat memfitnah atau mencemarkan, dan diskriminatif."

Ketentuan pada E-commerce Tokopedia :²²

"Ketentuan Affiliate Partner"

- "Layanan Tokopedia Affiliate hanya bisa digunakan oleh Penjual yang sudah terdaftar sebagai Power Merchant, Power Merchant Pro dan/atau Official Store pada Situs/Aplikasi."
- "Penjual dapat mendaftar menjadi Affiliate Partner dan mempromosikan Produk dari tokonya sendiri menggunakan Link Affiliate."
- "Produk yang dapat dipromosikan melalui layanan Tokopedia Affiliate merupakan Produk yang masih ada persediaannya atau ready stock."
- "Layanan Tokopedia Affiliate tidak terkait dengan segala bentuk kerja sama, fitur dan/atau program lainnya antara Tokopedia dan Penjual, khususnya untuk ketentuan biaya yang timbul dari perjanjian antara Tokopedia dan Penjual."
- "Penjual memahami dan menyetujui bahwa keaslian Produk yang ditawarkan atau dijual pada layanan Tokopedia Affiliate sepenuhnya merupakan tanggung jawab pribadi Penjual."

"Ketentuan Konten Iklan"

- "Affiliate Partner memahami dan menyetujui bahwa Affiliate Partner dapat memilih untuk mempromosikan Produk yang terdapat pada dashboard layanan Tokopedia Affiliate yang sesuai dengan konten atau keinginan Affiliate Partner."
- "Affiliate Partner memahami dan menyetujui dalam membuat atau memposting konten atau materi iklan pada layanan Tokopedia Affiliate tidak diperbolehkan untuk membuat klaim yang tidak akurat, berlebihan, menipu, atau menyesatkan terkait Produk apapun dari Situs/Aplikasi, atau kebijakan, promosi, atau harga yang tercantum."
- "Konten iklan pada Media Affiliate wajib tunduk pada Syarat dan Ketentuan ini, Ketentuan Situs, dan/atau ketentuan hukum serta etika pariwisata yang berlaku di wilayah negara Indonesia."
- "Affiliate Partner bertanggung jawab terhadap seluruh konten atau materi Iklan yang ditampilkan pada Situs/Aplikasi dan/atau di luar Situs/Aplikasi dan Tokopedia dilepaskan dari setiap somasi, gugatan, tuntutan atau upaya lainnya dari pihak manapun sehubungan dengan konten atau materi Iklan yang ditampilkan pada Situs/Aplikasi dan/atau di luar Situs/Aplikasi."

²² <https://www.tokopedia.com/help/article/syarat-ketentuan-tokopedia-affiliate> diakses pada 10 Maret 2023 Pukul 00:22 WITA

3.2. Akibat Hukum Apabila Terdapat Wanprestasi dalam Perjanjian *Affiliate program*

Dalam hubungan perjanjian antar para pihak tentu saja tidak luput dengan adanya pihak konsumen ataupun produsen yang melakukan suatu pelanggaran terhadap kewajiban dalam pemenuhan prestasinya sehingga salah satu pihak menimbulkan kerugian.²³ Prestasi yang tidak ditepati ataupun prestasinya yang tidak sesuai, hal tersebut sering disebut sebagai wanprestasi. Wanprestasi merupakan prestasi yang tidak dilaksanakan ataupun kesepakatan yang telah disepakati telah di ingkar janji. Wanprestasi Menurut Pasal 1238 KUH Perdata yaitu;

"Debitur dinyatakan lalai dengan surat perintah, atau dengan akta sejenis itu, atau berdasarkan kekuatan dari perikatan sendiri, yaitu bila perikatan ini mengakibatkan debitur harus dianggap lalai dengan lewatnya waktu yang ditentukan."

Adapun ciri-ciri yang dianggap melakukan Tindakan wanprestasi sebagai berikut :²⁴

- a. Tidak melaksanakan yang telah disepakati
- b. Memenuhi prestasi akan tetapi prestasi yang disepakati tidak sesuai sebagaimana yang telah diperjanjikan
- c. Terlambat dalam memenuhi prestasi yang telah disepakati dalam perjanjian
- d. Melakukan tindakan yang dilarang dalam perjanjian

Walaupun terdapat kata sepakat dalam perjanjian yang telah disetujui oleh kedua belah pihak, dalam perjanjian pasti ada kemungkinan satu pihak ataupun kedua belah pihak melakukan pelanggaran terhadap kewajiban dalam pemenuhan prestasinya sehingga salah pihak ataupun kedua belah pihak mengalami kerugian.²⁵

Prestasi yang dimaksud dalam perjanjian *affiliate program* berupa promosi produk yang dijual pada *e-commerce* dengan ketentuan yang telah ditentukan oleh pihak *e-commerce* dan komisi yang didapat oleh pihak affiliator dari hasil promosi produk tersebut. Perjanjian *affiliate program* ini tidak akan terjadi atau salah satu pihak bisa membatalkan perjanjian itu, apabila tidak adanya kata sepakat pada salah satu pihak dengan alasan kurang paham akan isi dari perjanjian yang telah dibuat ataupun karena tidak cakap, karena pada hakikatnya perjanjian yang tidak dipenuhinya syarat subjektif, perjanjian tersebut bisa dibatalkan, sedangkan perjanjian batal demi hukum merupakan perjanjian yang tidak dipenuhinya syarat objektif, maka dari itu perjanjian tersebut dianggap batal demi hukum. syarat subjektif dan syarat objektif tersebut dijelaskan pada Pasal 1320 KUH Perdata, tentang syarat sahnya suatu perjanjian. Kata sepakat dalam perjanjian dan kecakapan hukum (syarat Subjektif) dan adanya suatu prestasi atau hal tertentu dan klasula halal tidak bertentangan dengan peraturan-perundang-undangan (syarat Objektif).

Perjanjian dalam *affiliate program* ini ialah perjanjian yang terbuat secara legal atau sah, apabila dalam perjanjian tersebut nyatanya terdapat kecacatan kehendak ataupun ketidakcakapan hukum sehingga perjanjian tersebut tidak bisa dibatalkan sepihak atau tanpa kesepakatan bersama. Bersumber pada Pasal 1338 ayat (2) KUH

²³ Yaqin, Ainul. "Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Jual Beli Online Menurut Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik." *Dinamika* Vol. 25, No. 6 (2019). hlm. 659

²⁴ Saliman, Abdul Rasyid, Hermansyah, and Ahmad Jalis. "*Hukum bisnis untuk perusahaan: teori & contoh kasus.*" (Kencana Prenada Media Group, 2005). hlm. 41

²⁵ Yaqin, Ainul, op. cit. hlm. 659

Perdata, sebab perjanjian yang dibatalkan secara sepihak, merupakan perjanjian tersebut tidak mengikat diantara para pihak yang membuatnya. Bila dikaitkan dengan Pasal 1266 dan 1267 KUH Perdata, pengaturan tentang syarat batalnya suatu perjanjian bilamana salah seorang pihak tidak mampu melaksanakan kewajiban yang harus dipenuhi, perjanjian harus dimintakan ke majelis hukum. Perihal ini bermaksud bilamana terjadinya kecacatan kehendak ataupun ketidakcakapan pihak yang mengikatkan dirinya dalam perjanjian, tidak akan ada pihak yang mampu membatalkan perjanjiannya secara sepihak.

Perjanjian kemitraan ini terjalin pada *affiliate program* ini tidak terdapat pihak yang menuntut menimpa terdapatnya ketidaksepakatan dari isi suatu perjanjian yang terbuat secara baku ataupun ada ketidakcakapan seseorang *affiliate program* ini yang dikategorikan belum dewasa, sehingga perjanjian tersebut senantiasa mengikat pihak-pihak yang sepakat untuk membuat perjanjian tersebut. Serta *e-commerce* pula tidak bisa membatalkan perjanjian yang kedua belah pihak telah sepakati tersebut secara sepihak. Terbentuknya kerugian antara pihak *e-commerce* maupun *affiliator* yang tidak bertanggungjawab ataupun terjadinya wanprestasi pada perjanjian *affiliate program*, maka salah satu pihak bisa menempuh jalan hukum dengan metode mengajukan gugatan terhadap pihak yang memunculkan kerugian sesuai dengan bunyi pasal 38 UU ITE, gugatan tersebut dapat diselesaikan melalui arbitrase atau Lembaga penyelesaian alternatif yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, hal tersebut sesuai dengan pasal 39 UU ITE tentang penyelesaian sengketa. Tidak hanya itu, konsumen pula bisa memberitahu pihak penegak hukum yang berwajib (jalur pidana) apabila aksi tersebut memanglah tindak pidana penipuan,²⁶ seperti kasus yang terjadi pada tahun 2022 yang sempat viral yaitu penipuan *affiliate program* tentang investasi bodong berupa binary option pada platform Binomo yang dilakukan oleh sejumlah *content creator*. Penipuan *affiliate program* tersebut memakan korban sebanyak 144 orang dengan total kerugian sebanyak Rp. 83 miliar.²⁷

4. KESIMPULAN

Pengaturan Perjanjian *affiliate program* ini diakui di Indonesia dikarenakan perjanjian ini termasuk perjanjian *digital/paperless* yang tertulis, berarti perjanjian digital itu dibuat dalam bentuk dokumen digital dan siap untuk dibaca lalu disetujui oleh pihak yang berminat sebagai calon *affiliate program* ini. Jenis dari perjanjian *affiliate program* ini sering diistilahkan sebagai "*take it or leave it contract*" yang berarti debitur diberikan pilihan untuk mengambil atau tidak mengambil kontrak tersebut, apabila mengambil kontrak tersebut maka perjanjian tersebut akan terjadi namun apabila debitur tidak mengambil kontrak tersebut maka tidak akan ada perjanjian tersebut. Namun apabila dalam perjanjian kerjasama kemitraan yang terjadi pada Program *affiliate* ini terdapat kerugian antara pihak *e-commerce* ataupun *affiliator* dan tidak bertanggungjawab dalam hal melakukan wanprestasi pada program *afiliasi*, maka pihak atau perwakilan masyarakat yang dirugikan dapat menempuh jalur hukum dengan cara mengajukan gugatan terhadap pihak yang menimbulkan kerugian, hal tersebut diatur dalam pasal 38 serta 39 UU ITE tentang penyelesaian sengketa. Tidak

²⁶ Saragih, Frans Noverwin, and I. Nyoman Wita. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Wanprestasi dalam Transaksi E-Commerce." *Kerthasemaya: Jurnal Ilmu Hukum* Vol. 1 No. 4 (2013): hlm. 4

²⁷ Azhar Bagas Ramadhan. "Polri: Korban Binomo Indra Kenz 144 Orang, Kerugian Rp 83.3 M". <https://news.detik.com/berita/d-6117738/polri-korban-binomo-indra-kenz-144-orang-kerugian-rp-833-m> diakses pada tanggal 19 Juli 2023 Pukul 20:22 WITA

hanya itu, konsumen pula bisa memberitahu pihak penegak hukum yang berwajib (jalan pidana) apabila aksi tersebut memanglah tindak pidana penipuan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Amiruddin dan Zainal Asikin. *"Pengantar Metode Penelitian Hukum"* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016).
- Muhammad, Abdulkadir. *"Perjanjian Baku Dalam Praktek Perusahaan Perdagangan."* (Citra Aditya Bakti, 1992).
- Phillip Dillah, *"Dasar Pokok Hukum Dagang."* (Bekasi: Multie Karya, 2015)
- Romindo, Romindo, Muttaqin Muttaqin, Didin Hadi Saputra, Deddy Wahyudin Purba, M. Iswahyudi, Astri Rumondang Banjarnahor, Aditya Halim Perdana Kusuma, Faried Effendy, Oris Krianto Sulaiman, and Janner Simarmata. *"E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya."* (Yayasan Kita Menulis, 2019).
- Saliman, Abdul Rasyid, Hermansyah, and Ahmad Jalis. *"Hukum bisnis untuk perusahaan: teori & contoh kasus."* (Kencana Prenada Media Group, 2005).

Jurnal

- Ayu, Isdiyana Kusuma. "Peran Pengadilan Negeri Indonesia dalam Penyelesaian Sengketa Transaksi Elektronik Internasional." *Legality: Jurnal Ilmiah Hukum* Vol. 26 No. 1 (2018).
- Farihatul Ulya, Atsna, and Burhanuddin Susamto. "Perlindungan hukum Mitra Program afiliasi E-commerce di Indonesia." *Journal of Islamic Business Law* Vol. 2 No. 2 (2018).
- Gunawijaya, Rahmat. "Kebutuhan Manusia Dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis Dan Ekonomi Islam." *Jurnal Al-Maslahah* Vol. 13 No. 1 (2017).
- I Made Rama Balapati Wahendra, dan Nyoman Satyayudha Dananjaya. "Penjatuhan Sanksi Pidana Terhadap Anak Sebagai Affiliate Aplikasi Trading Bodong Di Indonesia." *Kerthadesa: Jurnal Ilmu Hukum* Vol. 10 No. 12 (2013).
- Larasati, Putu Karin Pradnya. "Efektivitas content creator dalam strategi promosi di era digital." In *SANDI: Seminar Nasional Desain*, Vol. 1 (2021).
- Pradana, Mahir. "Klasifikasi jenis-jenis bisnis e-commerce di Indonesia." *Neo-Bis* 9, No. 2 (2015).
- Prathama, Muhammad Fadli, Rakhmadi Irfansyah Putra, Andi Dahroni, and Eka Putra. "Penerapan Metode Pemasaran Affiliate Pada Digital Marketing Sistem Informasi Penerimaan Mahasiswa Baru." *INTEK: Jurnal Informatika dan Teknologi Informasi* Vol. 4 No. 1 (2021).
- Rahman, Fathur. "Praktik Affiliate Marketing pada Platform E-commerce dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah." *Istidlal: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam* Vol. 6, No. 1 (2022).
- Saragih, Frans Noverwin, and I. Nyoman Wita. "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Wanprestasi dalam Transaksi E-Commerce." *Kerthasemaya: Jurnal Ilmu Hukum* Vol. 1 No. 4 (2013)
- Syahrin, M. Alvi. "Konsep Keabsahan Kontrak elektronik berdasarkan hukum nasional dan uncitral Model Law On Electeronic Commerce." *Repertorium Jurnal Ilmiah kenotariatan* Vol. 9 No. 2 (2020).
- Yanti, Ira, Muhammad Irwan Padli Nasution, and Sri Suci Ayu Sundari. "Peran Shopee Affiliate Terhadap Peluang Kerja." *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)* Vol. 2 No. 1 (2023).

- Yaqin, Ainul. "Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Jual Beli Online Menurut Undang-Undang Informasi Dan Transaksi Elektronik." *Dinamika* Vol. 25, No. 6 (2019).
- Yudasella, Ighfa Fahira, and Aстриe Krisnawati. "pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif siswa sekolah menengah atas di kota Bandung." *Jurnal Mitra Manajemen* Vol. 3 No. 6 (2019).

Website

- Azhar Bagas Ramadhan. "Polri: Korban Binomo Indra Kenz 144 Orang, Kerugian Rp 83.3 M". <https://news.detik.com/berita/d-6117738/polri-korban-binomo-indra-kenz-144-orang-kerugian-rp-833-m>
- <https://shop.tiktok.com/business/en/affiliate>
- <https://shopee.co.id/m/affiliates>
- https://shopee.co.id/m/affiliates?gclid=Cj0KCQIAPkagBhC1ARIsAFc7Mc5cuVCNM0FBoMizpG4RPLfa1gj_CurzC9bp0lzCU1nwoz735GynxhoaAqwgEALw_wcB
- <https://www.tokopedia.com/help/article/pertanyaan-seputar-program-affiliate-tokopedia>
- <https://www.tokopedia.com/help/article/syarat-ketentuan-tokopedia-affiliate>

Skripsi

- Pariwang, Samsul, Nursalam Nursalam, and Ahmadin Ahmadin. (2018). "Modernitas dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Unismuih Makassar." Universitas Negeri Makassar.
- Sinaga, Alya Izdihar Jayur. (2022) "Keabsahan Sistem Affiliate Pada Program Shopee Ditinjau Dari Perspektif Kuhperdata." Skripsi Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.

Peraturan Perundang-Undangan:

- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek voor Indonesie)
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843)
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5952)
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 45, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5512)