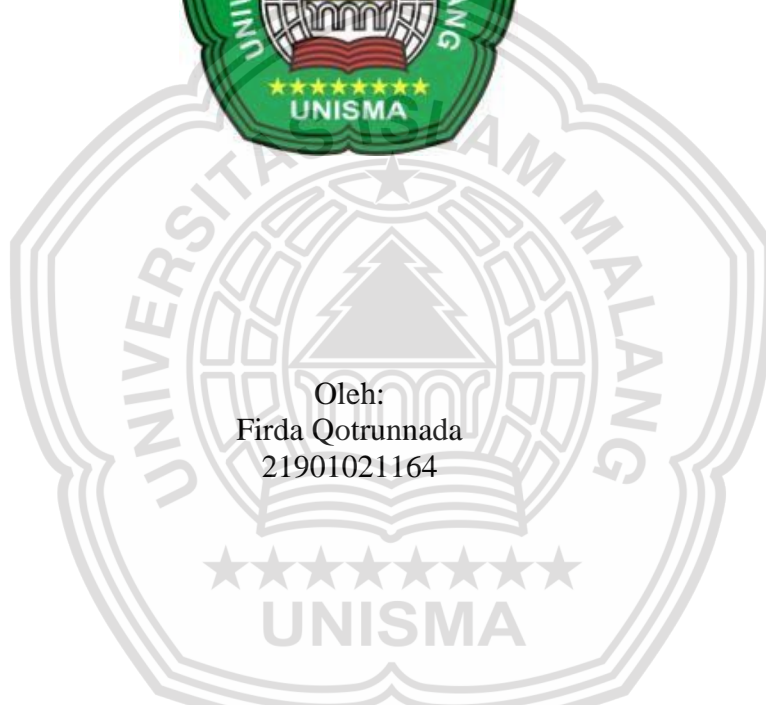




**TINJAUAN YURIDIS JUAL BELI DALAM BISNIS AFILIASI MENURUT
PERSPEKTIF HUKUM PERJANJIAN**

Skripsi



Oleh:
Firda Qotrunnada
21901021164

**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS HUKUM
MALANG
2023**



**TINJAUAN YURIDIS JUAL BELI DALAM BISNIS AFILIASI MENURUT
PERSPEKTIF HUKUM PERJANJIAN**

Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Kesarjanaan dalam Ilmu Hukum



Oleh:
Firda Qotrunnada
21901021164

**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS HUKUM
MALANG
2023**

RINGKASAN

TINJAUAN YURIDIS JUAL BELI DALAM BISNIS AFILIASI
MENURUT PERSPEKTIF HUKUM PERJANJIANFirda Qotrunnada
Fakultas Hukum Universitas Islam Malang

Afiliasi adalah istilah yang sangat penting dalam dunia marketing. Bagi para pengusaha, apabila mereka ingin melakukan ekspansi bisnis dan meningkatkan penjualan, pemahaman di bidang ini tentu dibutuhkan. Bisnis afiliasi artinya cara mendapatkan uang melalui penjualan produk barang atau jasa dari sebuah perusahaan yang menyediakan program afiliasi dengan bergabung menjadi *affiliate marketers* dan akan diberikan gaji setelah produk tersebut terjual.

Rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah tentang kedudukan hukum jual beli dalam bisnis afiliasi menurut perspektif hukum perjanjian dan perlindungan hukum bagi konsumen dari afiliator yang tidak bertanggung jawab. Metode yang akan digunakan dalam penelitian hukum ini adalah Yuridis Normatif yaitu metode atau cara meneliti bahan pustaka. Penelitian ini menggunakan pendekatan Perundang-undangan (*Statute Approach*), pendekatan konseptual (*Conceptual Approach*), pendekatan kasus (*case approach*), dan pendekatan perbandingan (*comparative approach*).

Kedudukan hukum dalam bisnis afiliasi ini sama seperti pedagang perantara yaitu makelar. Bedanya afiliator yang bekerja dalam *affiliate marketing* ini menjadi perantara dagang di dunia digital. Maka dari itu perjanjian dalam *affiliate marketing* ini menggunakan perjanjian sebagaimana perantara dagang yang diatur dalam KUHP dan KUHD pada umumnya. tentu saja perjanjian yang dilakukan dianggap sah karena tidak menyalahi aturan-aturan dasar perantara dagang dan tetap menjalankan asas-asas perjanjian dengan baik. Sebagai afiliator dalam *affiliate marketing* bekerja memasarkan produk yang dijual oleh pemilik usaha secara terus menerus dengan satu kali pemberian kuasa dari pemilik usaha di awal kesepakatan menjadi afiliator sehingga afiliator wajib turut bertanggung jawab atas jual beli yang dilakukan.

Kata Kunci: Jual Beli, Affiliate Marketing, Hukum Perjanjian

SUMMARY

JURIDICAL REVIEW OF BUYING AND SELLING IN THE
AFFILIATE BUSINESS ACCORDING TO THE LEGAL PERSPECTIVE
OF THE AGREEMENT

Firda Qotrunnada
Faculty Of Law, Universitas Islam Malang

Affiliate is a very important term in the world of marketing. For entrepreneurs, if they want to expand their business and increase sales, understanding in this area is certainly needed. Affiliate business means a way to earn money through the sale of goods or services from a company that provides an affiliate program by joining affiliate marketers and will be given a salary after the product is sold.

The formulation of the problem raised in this study is about the legal position of buying and selling in the affiliate business according to the legal perspective of the agreement and legal protection for consumers from irresponsible affiliates. The method that will be used in this legal research is normative juridical method or how to research library materials. This research uses Statute Approach, conceptual Approach, case approach, and comparative approach.

The legal standing in this affiliate business is the same as that of the intermediary trader i.e. the broker. The difference is that affiliates who work in affiliate marketing become trade intermediaries in the digital world. Therefore, the agreement in affiliate marketing uses an agreement as a trade intermediary regulated in the Criminal Code and the criminal code in general. of course, the agreement made is considered valid because it does not violate the Basic Rules of trade intermediaries and still carry out the principles of the agreement well. As an affiliate in affiliate marketing works to market products sold by business owners continuously with one-time authorization from business owners at the beginning of the agreement to become an affiliate. Therefore it is the obligation of the affiliate to know in detail the products sold by the business owner and is responsible for ensuring that the business products sold are maintained in the hands of the seller.

Keywords: *Buying And Selling, Affiliate Marketing, Legal Agreements*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini dunia sudah mencapai masa revolusi industri 4.0. Revolusi industri yang berkembang pesat ini sudah menjamah dan berkembang pesat di berbagai negara di dunia termasuk Negara Indonesia. Revolusi industri 4.0 merupakan perkembangan yang sangat pesat dari revolusi industri 3.0 dan memberikan akibat perubahan yang fundamental untuk kehidupan manusia. revolusi industri 4.0 ini ditandai dengan perkembangan internet, transfer data digital, strategi manufaktur, dll. Menariknya, kini revolusi industri 4.0 ini sudah tidak lagi hanya memengaruhi pertumbuhan industri. Revolusi industri 4.0 sudah berhasil masuk dan menyumbangkan pengaruh besar pada seluruh aspek kehidupan masyarakat. Diantaranya aspek pendidikan, politik, social budaya, maupun ekonomi. Revolusi industri 4.0 menyajikan sistem penyelesaian segala proses kepentingan kehidupan melalui otomatisasi yang difasilitasi oleh internet. Hal ini sangat berakibat baik karena memudahkan manusia menjangkau segala kepentingannya dengan cepat dan mudah. Tentu hal ini akan semakin menunjang pertumbuhan ekonomi dunia.¹

Seiring berkembangnya zaman yang didominasi dengan pertumbuhan teknologi yang begitu pesat dan memengaruhi kehidupan manusia. Teknologi berkembang semakin canggih dan menawarkan dapat memenuhi kebutuhan manusia dengan cepat. Teknologi saat ini sangat memiliki pengaruh besar

¹ *Kiprah Bisnis Online di Kalangan Millennial*, Prosiding National Seminar on Accounting, Finance, and Economics (NSAFE), Vol. 1 No. 11, 2021, H. 96-104.
<http://conference.um.ac.id/index.php/nsafe/article/download/2236/1384>

dalam segala aspek, diantaranya aspek sosial, agama, politik, budaya, maupun ekonomi. Hal ini membuat manusia tidak bisa lari dari pengaruh teknologi yang sudah melapisi segala aspek kehidupan. Teknologi seakan memaksa manusia tunduk dengan sistem globalisasi demi melanjutkan kesinambungan kehidupannya. Hal ini dapat dibuktikan dengan kondisi dimana seseorang dapat berkomunikasi dengan orang lain yang jaraknya jauh dengan menggunakan akses yang sangat mudah dan cepat. Masyarakat membeli kebutuhan yang ia inginkan hanya dengan memesan melalui smartphone tanpa harus pergi jauh. Bahkan banyak pula perusahaan-perusahaan yang menjalankan bisnisnya melalui jejaring sosial. Interaksi dalam hal ini meliputi berbagai bidang dan aspek kehidupan manusia seperti politik, sosial, ekonomi, budaya, agama dan teknologi yang saat ini sudah sangat mudah di jamah oleh masyarakat.

Revolusi industri 4.0 yang berkembang di Indonesia memiliki dampak yang sangat besar di bidang perindustrian dan perekonomian. Salah satu pengaruhnya adalah dalam sistem kegiatan bisnis. Kegiatan bisnis di Indonesia dilakukan secara online melalui jejaring sosial. Sistem ini banyak diminati masyarakat karena banyak kemudahan yang ditawarkan. Diantaranya, kegiatan bisnis bisa terlaksana dengan mudah, dapat mengakses banyak orang dengan mudah, dan dapat melakukan transaksi dengan mudah tanpa dibatasi tempat, waktu, dan tanpa harus bertatap muka.²

Maraknya bisnis online ini tentu memaksa para pelaku usaha untuk terus mengembangkan penjualannya agar terus bisa menjalankan usaha dan

² Ibid.

bersaing di era digital. Hal ini tentu tidak lepas dengan strategi penjualan yang harus terus diperbarui seiring dengan pesatnya perkembangan bisnis online. Pembaharuan strategi penjualan ini menjadi sangat wajib dilakukan oleh penjual dengantujuan agar produk nya dikenal banyak orang dan bisa menambahkan keuntungan.³

Banyak perusahaan yang mencoba banyak strategi penjualan yang terus mengalami pembaruan dan inovatif. Hal ini dilakukan untuk menarik minat konsumen sehingga proses usaha bisa terus berlanjut. Salah satu strategi penjualan yang sangat ramai diminati saat ini adalah strategi penjualan afiliasi. Afiliasi adalah istilah yang sangat penting dalam dunia marketing. Bagi para pengusaha, apabila mereka ingin melakukan ekspansi bisnis dan meningkatkan penjualan, pemahaman di bidang ini tentu dibutuhkan. Afiliasi adalah suatu langkah memperoleh penghasilan tambahan dengan mendaftarkan diri pada suatu perusahaan yang sedang menawarkan peluang untuk menjualkan produknya kepada konsumen melalui afiliasi, agar mendapatkan keuntungan sesuai kesepakatan bersama. Bisnis afiliasi artinya cara mendapatkan uang melalui penjualan produk barang atau jasa dari sebuah perusahaan yang menyediakan program afiliasi. Anda dapat bergabung menjadi *affiliate marketers* dan akan diberikan gaji setelah produk tersebut terjual.

Dalam pasar modal, afiliasi merupakan bentuk hubungan antara pemilik saham utama dengan perusahaan maupun hubungan perusahaan

³ Alfinia Ananda Putri, *Strategi Penjualan Online bagi Pelaku Usaha Kopi Kuchink di Masa Pandemi Covid-19*, Prosiding HUBISINTEK, Vol 2 No. 1, 2022
<http://ojs.uib.ac.id/index.php/HUBISINTEK/article/view/1528>

bersama seluruh pihak yang berkecimpung dalam kegiatan usaha tersebut. Namun sedikit berbeda dengan konsep bisnis afiliasi yang sekarang banyak dilakukan. Bisnis afiliasi yang sedang ramai dilakukan oleh masyarakat adalah afiliasi marketing. Afiliasi marketing merupakan salah satu strategi pemasaran dalam dunia bisnis yang melibatkan orang ketiga sebagai perantara penjual dan konsumen. Orang yang menjadi perantara dalam bisnis afiliasi disebut afiliator. Adapun tugas dari afiliator adalah memasarkan produk dari penjual agar dapat menarik minat konsumen. Dalam hal hasil penjualan, afiliator mendapatkan komisi dari hasil penjualan yang ia dapatkan dengan nominal yang sudah disepakati dengan penjual pada awal perjanjian bisnis afiliasi. menjadi seorang afiliator tidak membutuhkan modal untuk menjalankan usaha, akan tetapi seorang afiliator langsung dapat melakukan usaha nya dengan menjadi perantara penjualan dari perusahaan yang ia ikuti. Dari pemaparan tersebut dapat difahami bahwa strategi pemasaran afiliasi ini dapat menjanjikan keuntungan bagi pihak-pihak yang menjalankan usaha tanpa perlu memikirkan modal, packaging barang, dan bahkan risiko penjualan. Hal ini yang menjadi alasan utama bisnis afiliasi banyak diminati karena dinilai pendapatan yang diperoleh sangat menjanjikan.

Akan tetapi, meskipun banyak dijalankan karena banyak digemari para pelaku usaha, strategi penjualan afiliasi atau bisnis afiliasi ini belum pernah dikaji dalam ranah hukum perdata lebih khusus nya di dalam hukum perjanjian. Meskipun melihat peluang pendapatan yang cukup menjanjikan dalam bisnis afiliasi bukan berarti tidak ada risiko konflik yang mungkin terjadi dalam transaksi ini. Sehingga tetap perlu dikaji lebih jauh dan lebih

mendalam lagi untuk menjaga kepentingan para pihak yang terlibat dalam transaksi ini, baik penjual, afiliator, maupun konsumen. Akan tetapi, dalam praktiknya, banyak afiliator yang tidak berkenan bertanggung jawab dari kekurangan atau kecacatan produk yang diterima konsumen dengan dalih bahwa afiliator tidak bertanggung jawab dengan segala risiko penjualan karena statusnya bukan penjual utama tetapi hanya seorang perantara. Sedangkan dalam transaksi ini, konsumen tidak terlibat perjanjian langsung dengan penjual dan hanya diwakilkan oleh perantaranya. Untuk konsumen-konsumen yang kemungkinan mengalami peristiwa tersebut akan sulit mempertahankan hak konsumennya atas produk yang ia beli.

Untuk menjawab dan mengatasi hal-hal demikian yang mungkin terjadi maka hendaknya para penegak hukum mengatur kegiatan jual beli ini dengan rinci. Indonesia merupakan negara hukum yang mengatur segala perilaku di dalam negaranya dengan peraturan perundang-undangan.⁴ Pernyataan yang tertuang dalam pasal 1 ayat 3 UUD 1945. Prinsip yang termaktub dalam Pasal tersebut idealnya bukan hanya sekedar tertuang di dalam UUD 1945 dan perundang-undangan, tetapi yang paling utama adalah dalam prakteknya atau implementasinya. Disamping itu, konsep negara hukum Indonesia juga dipengaruhi oleh Pancasila sebagai dasar negara Indonesia yang mengandung nilai-nilai dasar yang diakui bersama oleh bangsa Indonesia dan menjadi landasan fundamental dalam mengimplementasikan kedaulatan rakyat. Isi dari tiap butir Pancasila menjadi acuan negara Indonesia yang sebagai negara hukum, dalam menjalankan fungsinya haruslah

⁴Pasal 1 ayat (3) UUD 1945

senantiasa memperhatikan aspek ketuhanan, kemanusiaan, persatuan, permusyawaratan dan keadilan. Penegasan konsep negara hukum Indonesia menjadi sangat penting agar ciri khas yang dimiliki bangsa ini tetap terjaga dan terpelihara.⁵ Hal ini menunjukkan bahwa segala kegiatan yang ada di Negara Indonesia ini dilindungi oleh hukum dan harus dijalankan sesuai hukum positif di Indonesia. Tanpa terkecuali kegiatan bisnis di Indonesia sehingga segala inovasi strategi bisnis yang dilakukan oleh para pengusaha di era digital ini dapat mencapai kepastian hukum dan dilindungi oleh hukum. Permasalahan jual beli dalam bisnis afiliasi ini menjadi sangat menarik dibahas, sehingga penulis tertarik untuk mengkaji hal ini dalam bentuk penulisan skripsi dengan judul : **Tinjauan Yuridis Jual Beli dalam Bisnis Afiliasi Menurut Perspektif Hukum Perjanjian.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang diatas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana kedudukan hukum jual beli dalam bisnis afiliasi menurut perspektif hukum perjanjian?
2. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen dari afiliator yang tidak mempertanggung jawabkan kekurangan pada produk nya?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan memahami secara mendalam tentang kedudukan hukum jual beli dalam bisnis afiliasi menurut perspektif hukum perjanjian.

⁵ Zulkarnain Ridlwan, Negara Hukum Indonesia Kebalikan Nachtwachterstaat, Jurnal Ilmu Hukum Volume, 5 No. 2, 2012, H. 149

2. Untuk mengetahui dan memahami bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen dalam bisnis bisnis afiliasi.

D. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan penulis dari karya ilmiah ini antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran dalam perkembangan khazanah ilmu hukum, khususnya yang berkaitan dengan mekanisme dan kedudukan hukum jual beli dalam bisnis afiliasi dalam perspektif hukum perikatan. Selain itu dalam penelitian ini juga diharapkan dapat menambah referensi perlindungan hukum kepada konsumen yang hak nya tidak terpenuhi dalam bisnis afiliasi. Dengan demikian para akademisi hukum dapat menyalurkan pendapat-pendapat hukum nya kepada para penegak hukum yang berwenang terkait kedudukan hukum jual beli dalam bisnis afiliasi beserta perlindungan hukum bagi konsumen yang dirugikan dalam transaksi ini.

2. Bagi Masyarakat.

Hasil penelitian ini dimaksudkan agar peneliti dapat memberikan informasi dan gambaran, serta pemahaman yang mendalam kepada masyarakat terkait kedudukan hukum jual beli dalam bisnis afiliasi dalam perspektif hukum perjanjian serta perlindungan hukum bagi konsumen yang hak nya tidak terpenuhi dalam bisnis afiliasi dari afiliasor yang tidak bertanggung jawab. Sehingga masyarakat dapat dengan mudah menjalankan bisnis afiliasi dalam kehidupan sesuai dengan pemaparan

kedudukan hukum bisnis afiliasi yang telah dijabarkan dalam penelitian ini. Selain itu juga masyarakat juga mampu menjaga dirinya dari risiko-risiko yang timbul dalam bisnis afiliasi. Adapun jika masyarakat itu sendiri yang memilih afiliator, maka diharapkan masyarakat memahami bagaimana seharusnya menjadi afiliator yang baik dan apa konsekuensi hukum nya apabila ia melakukan suatu hal yang merugikan kepentingan konsumen.

3. Bagi Penegak Hukum

Karya tulis ini diharapkan mampu memberikan gambaran bagi para penegak hukum terhadap kedudukan hukum jual beli dalam bisnis afiliasi menurut perspektif hukum perjanjian. Selain memberikan gambaran kedudukan hukum jual beli dalam bisnis afiliasi kepada para penegak hukum, penelitian ini juga membahas tentang perlindungan hukum bagi konsumen yang hak nya dilanggar oleh afiliator. Sehingga melalui penelitian ini, para penegak hukum diharapkan agar dapat menentukan tindakan dan penanganan yang tepat terhadap segala risiko yang mungkin terjadi dalam bisnis afiliasi.

4. Bagi Pembuat Undang-Undang

Karya tulis ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada para pembuat aturan atau undang-undang untuk membuat aturan yang dapat menjadi dasar hukum tentang kedudukan hukum jual beli dalam bisnis afiliasi yang berjalan di Indonesia secara konkret. Dengan demikian melalui produk hukum yang dihasilkan dapat memberikan kepastian hukum terhadap para subjek hukum yang terlibat dalam bisnis afiliasi.

Baik penjual, afiliator, dan konsumen dapat melakukan transaksi dengan aman tanpa melanggar hak dan kewajiban satu sama lain.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diteliti oleh penulis, maka metode yang akan digunakan dalam penelitian hukum ini adalah Yuridis Normatif. Metode penelitian hukum normatif adalah metode atau cara meneliti bahan pustaka. Dalam penelitian hukum normatif atau penelitian kepustakaan ada beberapa tahap diantaranya: tahap pertama penelitian hukum normatif merupakan penelitian yang ditujukan untuk mendapatkan hukum objektif (norma hukum), yaitu melakukan penelitian terhadap permasalahan hukum. Dan tahap yang kedua adalah penelitian hukum normatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk memperoleh hukum subyektif (hak dan kewajiban).⁶

Penelitian yang bersifat deskriptif yaitu menggambarkan gejala-gejala atau permasalahan-permasalahan di lingkungan masyarakat terhadap suatu peristiwa yang diteliti, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif yang merupakan tata cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif. Pendekatan kualitatif digunakan oleh penulis bertujuan untuk memahami gejala-gejala yang diteliti. dan juga bertujuan untuk menarik asas-asas hukum yang dapat dilakukan oleh hukum positif tertulis maupun hukum positif tidak tertulis.⁷

⁶ Hardijan Rusli, "Metode Penelitian Hukum Normatif: Bagaimana?", *Law Review*, Fakultas Hukum Universitas Pelita Harapan, Vol. 5, No. 3, 2006, H. 50.

⁷ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Cetakan Ke-11, (Jakarta: Raja Grafindo Persada: 2009) H. 13-14.

2. Pendekatan Penelitian.

Dalam penelitian yang ditulis oleh penulis ini, menggunakan pendekatan Perundang-undangan (*Statute Approach*). Pendekatan peraturan perundang-undangan adalah metode pendekatan yang wajib dilakukan dalam penelitian hukum. Pendekatan ini dilakukan dengan menelaah semua peraturang perundang-undangan dan regulasi yang memiliki sangkut paut dengan isu hukum yang sedang dihadapi. Dalam penelitian untuk keperluan praktis, pendekatan perundang-undangan ini akan membuka kesempatan bagi peneliti untuk mempelajari adakah konsistensi dan kesesuaian antara suatu undang-undang dengan undang-undang lainnya dan konstitusi negara. Hasil dari telaah tersebut merupakan suatu argument untuk memecahkan isu yang dihadapi.⁸ Maka dari itu peneliti yang menggunakan pendekatan perundang-undangan harus memahami urgensi huukum sebagai sistem peraturan yang memiliki sifat *comprehensive, all-inclusive, dan systematic*.

Comprehensive artinya norma-norma yang terkandung dalam hukum harus saling berkaitan satu sama lain secara logis untuk mencapai tujuan hukum. Sifat hukum yang kedua adalah *all-inclusive*. *All-inclusive* yaitu salah satu sifat hukum yang menunjukkan bahwa norma-norma yang ada di dalam hukum cukup dan mampu menjadi dasar peraturan untuk mengatur segala permasalahan hukum yang timbul. Sehingga tidak terjadi kekosongan norma. Sifat hukum yang ketiga adalah *systematic*. Sifat hukum ini menunjukkan bahwa selain norma hukum harus logis dan saling

⁸ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Cetakan ke-14, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019) H. 136.

berkaitan satu sama lain, norma hukum juga harus tersusun secara berurutan atau hierarkis.⁹

Dalam penelitian ini, pendekatan perundang-undangan dilakukan untuk mencari kepastian hukum dari rumusan masalah yang diangkat yaitu kedudukan hukum jual beli dalam bisnis afiliasi dan perlindungan konsumen dari risiko yang bisa timbul dari jual beli afiliasi tersebut. Maka dari itu, pendekatan perundang-undangan berfungsi untuk menentukan aturan tetap yang mengatur tentang kedua rumusan masalah tersebut sehingga peneliti dapat membahas isu hukum yang diangkat dengan aturan pasti dalam perundang-undangan.

Pendekatan kedua adalah pendekatan konseptual (*Conceptual Approach*) dilakukan dengan beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum, dengan mempelajari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin di dalam ilmu hukum tersebut, peneliti akan menemukan ide-ide yang melahirkan asas-asas hukum yang relevan dengan isu yang dihadapi. Pemahaman akan pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin tersebut merupakan sandaran bagi peneliti dalam membangun suatu argumentasi hukum dalam memecahkan isu yang dihadapi.¹⁰

Penelitian ini menggunakan pendekatan konseptual mengarah pada rumusan masalah tentang kedudukan hukum jual beli dalam bisnis afiliasi dan perlindungan hukum bagi konsumen dari risiko dalam jual beli bisnis

⁹ Suhaimi, *Problem Hukum dan Pendekatan dalam Penelitian Hukum Normatif*. Jurnal Yustitia, Vol. 19, No. 2, 2018. H. 207

¹⁰ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Cetakan ke-14, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019), H. 177.

afiliasi. penelitian ini memerlukan doktrin-doktrin dari para ahli hukum untuk menguatkan hasil penelitian dari isu yang diangkat. Mengingat sistem jual beli dalam bisnis afiliasi ini belum diatur secara jelas di dalam aturan hukum. Sehingga, sumber-sumber konseptual yang diperoleh sangat bermanfaat untuk menguatkan hasil penelitian yang disusun oleh peneliti.

Pendekatan selanjutnya adalah pendekatan kasus (*case approach*). Pendekatan kasus adalah pendekatan yang dilakukan dengan melakukan pendekatan ilmiah dari kasus hukum yang sudah terjadi. Tujuan dari pendekatan kasus adalah untuk mempelajari penerapan norma-norma hukum maupun kaidah-kaidah hukum yang diterapkan dalam praktik hukum yang sebenarnya. Bahan hukum dalam pendekatan kasus pada penelitian ini adalah menggunakan praktik jual beli dalam bisnis afiliasi di PT Aneka Ilmu Mandiri. Praktik jual beli dalam bisnis afiliasi pada perusahaan ini kemudian disesuaikan dengan hasil penelitian normative tentang kedudukan hukum bisnis afiliasi dalam perspektif hukum perjanjian.

Untuk melengkapi dan mengulas lebih dalam tentang objek penelitian, dalam penelitian ini juga menggunakan metode pendekatan perbandingan (*comparative approach*). Pendekatan perbandingan adalah pendekatan yang dilakukan dengan cara membandingkan penerapan objek yang dilakukan dalam penelitian ini dengan penerapan objek penelitian di tempat lain. Baik itu di lembaga lain maupun di negara lain. Dengan demikian peneliti dapat mendapatkan titik perbedaan yang diharapkan

dapat saling memberi kebermanfaatan antara dua perbedaan tersebut.¹¹ Pada penelitian ini, peneliti membandingkan jual beli dalam bisnis afiliasi di Indonesia dengan Albania. Tujuannya adalah agar peneliti mendapatkan perbedaan konsep maupun praktik jual beli dalam bisnis afiliasi yang berlaku di Indonesia dan di Albania.

3. Sumber Bahan Hukum.

Di dalam penelitian yuridis normatif atau penelitian kepustakaan terdapat 3 macam bahan hukum yang dipergunakan oleh penulis, yaitu:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang bersifat autoritatif, artinya mempunyai otoritas. Bahan-bahan primer terdiri dari perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah dalam pembuatan perundang-undangan dan putusan-putusan hakim.¹² Dan bahan hukum yang penulis gunakan yaitu:

- 1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
- 2) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- 3) Kitab Undang-Undang Hukum Dagang
- 4) Undang-undang No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

b. Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder merupakan bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, seperti rancangan undang-undang, hasil-hasil penelitian, hasil karya dari

¹¹ Suhaimi, *Problem Hukum dan Pendekatan dalam Penelitian Hukum Normatif*. Jurnal Yustitia, Vol. 19, No. 2, 2018. H. 208

¹² *Ibid*, H. 133.

kalangan hukum.¹³ Bahan hukum sekunder yang digunakan oleh penulis antara lain yaitu, buku-buku hukum, termasuk skripsi, tesis, disertasi hukum atau jurnal-jurnal hukum.

c. Bahan hukum tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang mendukung bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder dengan memberikan petunjuk, pemahaman dan penjelasan atas bahan hukum lainnya. Bahan hukum yang digunakan oleh penulis adalah Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Kamus Hukum (*Dictionary Of Law*).

4. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum.

Teknik pengumpulan bahan hukum primer yang penulis gunakan yaitu, dengan menggunakan kajian hukum yang diatur dalam peraturan perundang-undangan yang masih berlaku di Indonesia. Adapun dalam bahan hukum sekunder yaitu dengan melakukan studi kepustakaan terutama mencari pendapat ahli hukum, asas-asas hukum dan teori-teori hukum. Dan teknik pengumpulan bahan hukum tersier juga dapat diperoleh dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Kamus Hukum (*Dictionary Of Law*).

Analisis bahan hukum yang dimaksud adalah pengolahan bahan hukum yang diperoleh baik dari kepustakaan maupun dari pendapat para ahli hukum dan pendapat para ahli dibidang yang berkaitan. Dari bahan hukum primer akan diteliti terlebih dahulu kejelasan dan kelengkapannya untuk selanjutnya akan disusun secara sistematis guna untuk memudahkan

¹³ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Cetakan ke-18, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2018), H. 13.

penelitian. Sama seperti hukum primer, bahan hukum sekunder ini yang bersumber dari pendapat para ahli hukum juga akan diteliti terlebih dahulu dan sifatnya harus mendukung dari bahan hukum primer itu sendiri sesuai dengan permasalahan yang terdapat pada rumusan masalah diatas, dari hasil bahan hukum penelitian pustaka ataupun dari hasil lapangan ini dilakukan pembahasan secara deskriptif analitis.

Deskriptif merupakan hasil hasil penelitian dengan tujuan supaya didapat suatu gambaran yang menyeluruh akan tetapi sistematis terutama mengenai fakta yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diajukan dalam penelitian ini. Analitis artinya gambaran yang akan diperoleh tersebut analisis dengan cermat sehingga dapat mengetahui mengenai tujuan dari penelitian ini yakni membuktikan permasalahan sebagaimana yang telah dirumuskan dalam perumusan masalah yang terdapat pada latar belakang penelitian ini.

F. Orisinalitas Penelitian

Berkaitan dengan penelitian ini, sebelumnya telah dilakukan penelitian yang sama berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, dan dalam penelitian tersebut terdapat beberapa persamaan, perbedaan, dan kontribusi yang jika dibandingkan dengan penelitian penulis, yaitu:

Skripsi yang *pertama*, berjudul PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP AFILIASI DALAM PRAKTIK PROGRAM AFILIASI LAZADA.co.id PADA KOMUNITAS LAZABOT (Kajian Perspektif Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Hukum Islam) disusun oleh ATSNA FARIHATUL 'ULYA. Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah

Fakultas Syariah Universitas Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, memiliki kesamaan topik dengan penelitian ini. Kesamaan nya adalah mengkaji dan menganalisa penerapan bisnis afiliasi dalam lingkup hukum perdata. Namun, ada juga perbedaan yang menjadi titik pembeda antara kedua penelitian ini adalah tinjauan yuridis nya. Adapun di penelitian ini membahas tentang kedudukan hukum jual beli dalam bisnis afiliasi menurut perspektif hukum perikatan. Sedangkan dalam penelitian pembanding membahas pelaksanaan bisnis afiliasi di dalam e-commerce lazada.co.id. Tentu hal ini berbeda kondisi pelaksanaannya. Bisnis afiliasi yang dilakukan di dalam e-commerce lazada dilakukan dengan tunduk kepada peraturan perusahaan Lazada. Selain itu, dalam penelitian pembanding pertama tidak membahas tentang perlindungan hukum kepada konsumen dari segala risiko tidak bertanggung jawab nya afiliator sebagai pihak perantara yang kemungkinan dapat terjadi.

Skripsi yang *kedua*, berjudul JUAL BELI DALAM PRAKTIK AFFILIATE MARKETING PADA INTERNET MARKETING ECOMMERCE DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM disusun oleh Aulia Nur Aini, Mahasiswa Fakultas Syariah Universitas Sultan Maulana Hasanudin Banten, memiliki kesamaan dengan penelitian ini, yaitu mengkaji praktik bisnis afiliasi. Namun, terdapat juga perbedaan yang melekat antara keduanya. Perbedaan nya adalah pada penelitian pembanding yang hanya membahas praktik bisnis afiliasi yang ditinjau dari perspektif hukum islam. Sedangkan penelitian yang ditulis ini meninjau jual beli dalam bisnis afiliasi menurut perspektif hukum perjanjian beserta perlindungan hukum untuk konsumen

dari kemungkinan afiliator yang tidak mau bertanggung jawab dengan kekurangan yang ada dalam produk penjualannya.

Selain dua penelitian tersebut masih belum ditemukan penelitian lain yang membahas bisnis afiliasi di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa sistem bisnis afiliasi yang sudah ramai dilakukan oleh para pelaku usaha di Indonesia masih sangat sedikit dikaji dan masih sedikit pula informasi yang sampai di telinga peneliti. Maka dari itu pembaharuan-pembaharuan penelitian harus terus dilakukan untuk menyokong literasi dan dasar teori yang dibutuhkan untuk menjadi pedoman pelaksanaan bisnis afiliasi di Indonesia.

Berdasarkan persamaan, perbedaan dan kontribusi yang dimiliki oleh tiap-tiap penelitian tersebut, terdapat kebaruan atas penelitian ini yakni:

No	PROFIL	JUDUL
1.	FARIHATUL ULYA SKRIPSI FAKULTAS SYARIAH UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG	PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP AFILIASI DALAM PRAKTIK PROGRAM AFILIASI LAZADA.co.id PADA KOMUNITAS LAZABOT (Kajian Perspektif Kitab Undang- Undang Hukum Perdata)
ISU HUKUM		
1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap afiliasi dalam program afiliasi dalam praktik program afiliasi lazada.co.id dalam komunitas lazabot perspektif hukum perdata? 2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap afiliasi dalam program afiliasi dalam praktik program afiliasi lazada.co.id dalam komunitas lazabot perspektif hukum islam?		
HASIL PENELITIAN		
<ul style="list-style-type: none"> • Hubungan hukum antara afiliasi dan lazada adalah hubungan kemitraan yang timbul dari perjanjian kemitraan elektronik di website lazada. Sehingga perlindungan hukumnya bukan mengarah kepada pekerja lazada karena afiliasi lazada ini bukan pekerja melainkan mitra yang dibangun oleh lazada. • Pasal 1338 KUH Perdata menjelaskan bahwa semua perjanjian yang dilakukan secara sah menjadi undang-undang bagi para pembuatnya. Sehingga perjanjian antara afiliasi dan lazada harus memenuhi syarat 		

	perjanjian sebagaimana yang tertuang dalam pasal 1320 KUH Perdata. <ul style="list-style-type: none"> Menurut hukum islam yang mengacu pada Fatwa DSN 62/DSN-62/MUI/VII/2007 tentang akad ju'alah. Yang menerangkan bahwa apabila ada perselisihan dalam pelaksanaan akad maka penyelesaiannya adalah melalui negosiasi. Namun apabila tidak menemukan jalan keluar maka diselesaikan melalui Badan Arbitrase Syari'ah Nasional dan pengadilan agama. 	
	PERSAMAAN	mengkaji dan menganalisa bisnis afiliasi dalam perspektif lingkup hukum perdata.
	PERBEDAAN	mengerucutkan pembahasan jual beli dalam bisnis afiliasi yang dilakukan di Indonesia dalam perpektif hukum perjanjian dan perlindungan hukum terhadap konsumen dari risiko yang melandnggar hak-hak yang muncul dam bisnis afiliasi.
	KONTRIBUSI	1. Penelitian ini memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang keberadaan bisnis afiliasi di Indonesia dalam perspektif hukum perjanjian. 2. Memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang keberadaan bisnis afiliasi dalam perspektif hukum perjanjian serta perlindungan hukum bagi konsumen dari risiko afiliator yang tidak mau mempertanggung jawabkan kekurangan produk nya.
No	PROFIL	JUDUL
2.	AULIA NUR AINI SKRIPSI FAKULTAS SYARIAH UNIVERSITAS SULTAN MAULANA HASANUDIN BANTEN	JUAL BELI DALAM PRAKTIK AFFILIATE MARKETING PADA INTERNET MARKETING ECOMMERCE DALAM PERSPEKTIF HUKUM ISLAM
ISU HUKUM		
1. Bagaimana Kedudukan Hukum <i>Affiliate Marketer</i> dalam Perspektif Hukum Islam? 2. Bagaimana Transaksi Jual Beli Melalui <i>Affiliate Marketing</i> dalam Perspektif Hukum Islam?		
HASIL PENELITIAN		
1. Dalam hukum Islam, <i>affiliate marketing</i> dapat diqiyaskan dengan jialah diamana terdapat banyak kemiripandiantara keduanya berupa pengertian, rukun jialah dan mekanismenya.		

	2. Praktek <i>affiliate marketing</i> baik dalam proses akad yang dilakukan oleh affiliate marketer terhadap pembeli maupun vendor/merchant yang menentukan akad kepada pembeli dan pihak pembeli menyerahkan bayarannya kepada merchant/pemilik barang. Selama akad dan ketentuan yang ada didalamnya tidak menyalahi ketentuan syariah, maka praktek jual beli maupun bisnis affiliate marketing tersebut diperbolehkan.
PERSAMAAN	mengkaji tentang bisnis afiliasi
PERBEDAAN	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah, penelitian ini hanya membahas bisnis afiliasi dalam perspektif hukum islam.
KONTRIBUSI	Penelitian ini dapat memperkaya ilmu pengetahuan di bidang hukum pada umumnya dan bidang hukum khususnya dalam hukum bisnis. Penelitian ini dapat memberikan referensi bagi kepentingan akademis, dan juga sebagai bahan tambahan kepustakaan bagi penulis, para pejabat dan instansi terkait. Sekaligus dapat memberikan informasi kepada masyarakat, khususnya kepada pihak yang bisnis afiliasi
PROFIL	JUDUL
FIRDA QOTRUNNADA SKRIPSI UNIVERSITAS ISLAM MALANG	TINJAUAN YURIDIS JUAL BELI DALAM BISNIS AFILIASI MENURUT PERSPEKTIF HUKUM PERJANJIAN.
ISU HUKUM	
1. Bagaimana kedudukan hukum jual beli dalam bisnis afiliasi menurut perspektif hukum perjanjian? 2. Bagaimana perlindungan hukum bagi konsumen dari afilior yang tidak mempertanggung jawabkan kekurangan pada produk nya?	
NILAI KEBARUAN	
1. Menganalisa dan mengkaji kedudukan hukum jual beli dalam bisnis afiliasi di Indonesia secara menyeluruh dan terperinci berdasarkan hukum perjanjian. 2. Menganalisa dan mengkaji perlindungan hukum bagi konsumen dari afilior yang tidak mempertanggung jawabkan kekurangan pada produk nya.	

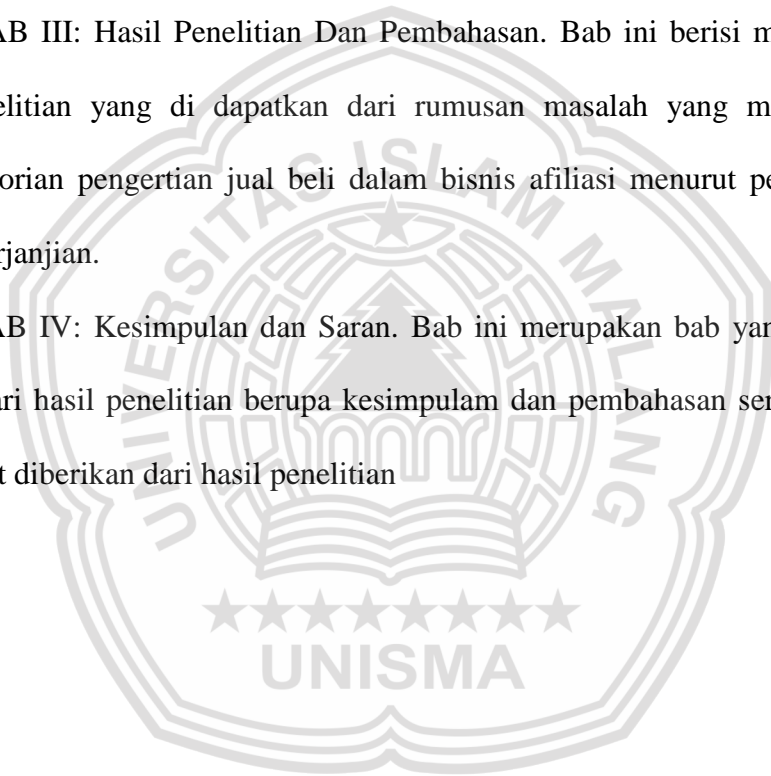
G. Sistematika Penulisan

BAB I: Pendahuluan. Bab ini akan membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian, orisinalitas penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: Tinjauan Pustaka. Bab ini akan memaparkan tinjauan pustaka yang membahas mengenai kerangka teori dan konsep dasar jual beli dalam bisnis afiliasi menurut perspektif hukum perjanjian.

BAB III: Hasil Penelitian Dan Pembahasan. Bab ini berisi mengenai hasil penelitian yang di dapatkan dari rumusan masalah yang mencakup pengkategorian pengertian jual beli dalam bisnis afiliasi menurut perspektif hukum perjanjian.

BAB IV: Kesimpulan dan Saran. Bab ini merupakan bab yang berisi tentang dari hasil penelitian berupa kesimpulan dan pembahasan serta saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian



BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

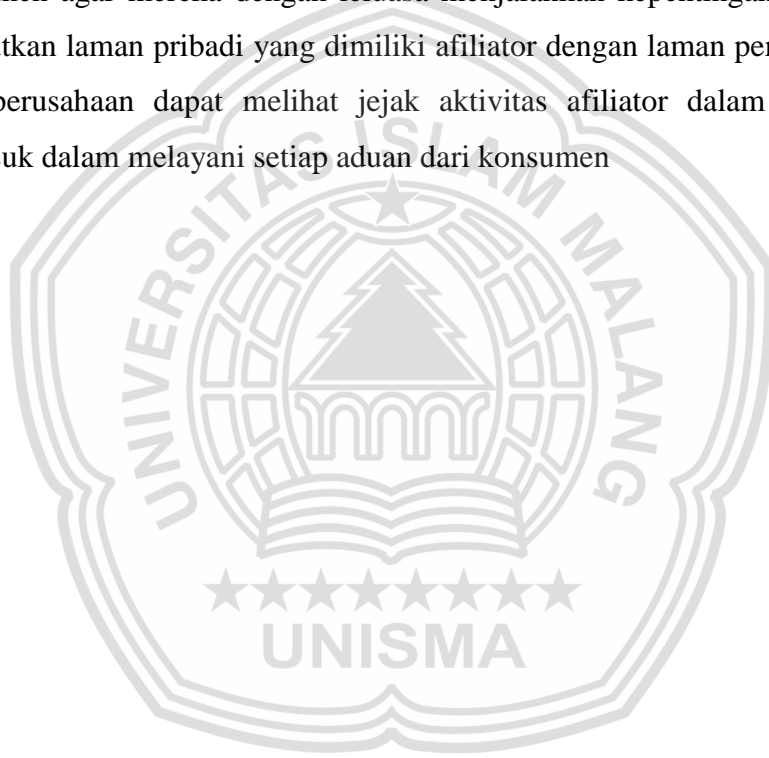
A. Kesimpulan

1. Kedudukan hukum dalam bisnis afiliasi ini sama seperti pedagang perantara yaitu makelar. Bedanya afiliator yang bekerja dalam *affiliate marketing* ini menjadi perantara dagang di dunia digital. Maka dari itu perjanjian dalam *affiliate marketing* ini menggunakan perjanjian sebagaimana perantara dagang yang diatur dalam KUHP dan KUHD pada umumnya. tentu saja perjanjian yang dilakukan dianggap sah karena tidak menyalahi aturan-aturan dasar perantara dagang dan tetap menjalankan asas-asas perjanjian dengan baik.
2. Sebagai afiliator dalam *affiliate marketing* bekerja memasarkan produk yang dijual oleh pemilik usaha secara terus menerus dengan satu kali pemberian kuasa dari pemilik usaha di awal kesepakatan menjadi afiliator. Maka dari itu sudah menjadi kewajiban afiliator untuk mengetahui secara detil produk yang dijual oleh pemilik usaha dan bertanggung jawab memastikan produk usaha yang dijual tetap terjaga kualitasnya sampai di tangan penjual. Sehingga, meskipun afiliator hanya berperan sebagai pedagang perantara maka dia tetap wajib bertanggung jawab dan turut serta bertindak untuk dan atas nama perusahaan menjaga dan melindungi hak-hak konsumen. Apabila suatu saat terjadi, afiliator dan bahkan pemilik usaha tidak bertanggung jawab atas kekurangan yang melekat pada produk yang dijual maka konsumen berhak menentukan langkah hukumnya sebagai upaya melindungi kepentingannya.

B. Saran

Saran yang dapat disampaikan oleh peneliti di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi para pihak yang berwenang untuk memunculkan aturan pasti untuk *affiliate marketing* agar dapat mencapai kepastian hukum bagi para pihak yang berkepentingan di dalam nya.
2. Bagi para pemilik *e-commerce* yang menggunakan strategi *affiliate marketing* hendaknya menyediakan laman resmi untuk afiliator dan konsumen agar mereka dengan leluasa menjalankan kepentingannya dan menautkan laman pribadi yang dimiliki afiliator dengan laman perusahaan agar perusahaan dapat melihat jejak aktivitas afiliator dalam bekerja termasuk dalam melayani setiap aduan dari konsumen



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Achmad Ali, 2009, Menguak Teori Hukum (legal Theory) dan Teori Peradilan (Judicial Prudence), Jakarta: Kencana Predana Media Group
- 2010, Menguak Realitas Hukum Rampai Kolom dan Artikel Pilihan dalam Bidang Hukum, Jakarta: Kencana Prenada Media
- Akmaludin Syahputra, 2012, Hukum Perdata Indonesia. Bandung, Cita Pustaka Media Perintis
- Arliman S. Laurensius. 2015. *Penegakan Hukum Dan Kesadaran Masyarakat*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dadang Hartanto, 2022. Pengantar Ilmu Hukum. Medan, Umsu Press
- Eli Wuria Dewi, 2015. *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Endrik Safudin, 2017, Dasar-Dasar Ilmu Hukum, Malang: Setara Press
- Esmi Warrasih, 2005, Pranata Hukum sebagai Telaah Sosiologis, (Semarang : Suryadaru Utama)
- Frank E. Hagan. 2013. *Pengantar Kriminologi (Teori, Metode dan Prilaku Kriminal Edisi Ketujuh*. Jakarta: Kencana.
- G.W. Paton, 1969, A Textbook of Jurisprudence, Oxford: Oxford University Press
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, 2001, Hukum tentang Perlindungan Konsumen, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- H.M.N Purwosutjito, Pengantar Hukum Dagang, jilid 1
- Handri Rahardjo, 2009, Hukum Perjanjian di Indonesia, Jakarta: Pustaka Yustisia
- Hasanuddin, 2004, Pengantar Ilmu Hukum, Jakarta: Pustaka Al Husna Baru dan UIN Jakarta Press
- I Ketut Oka Setiawan, 2014. Hukum Perdata Mengenai Perikatan. Jakarta: FH-UTAMA
- Lukman Santoso Az Yahyanto, 2016, Pengantar Ilmu Hukum, Malang: Setara Press
- K. Bertens, 2022, Pengantar Etika Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Mariam Darus Badruzaman, 2006, KUHPERDATA Buku III, Bandung : Alumni

- Mariam Darus Badruzaman, 1986, Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat Dari Sudut Perjanjian Baku (Standar),dalam BPHN,Simposium Aspek – Aspek Hukum Perlindungan Konsumen,Binacipta,Bandung
- Mieke Komar Kantaatmadja, 2002, Cyberlaw, Jakarta, Elips.
- Mochtar Sidharta, 2000, Pengantar Ilmu Hukum, cet 1, Bandung: Alumni
- Moch. Isnaeni, Perjanjian Jual Beli, Balai Pustaka: Bandung
- Muhammad Sadi Is, 2015, Pengantar Ilmu Hukum. Bandung, Penerbit Nusa Media
- Muhamim, “Analisis Strategi Affiliate Marketing Terhadap Tingkat Penjualan dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Butik Zoya Cabang Kedaton Bandar Lampung)
- M. Noor Syaid. 2019. *Penyimpangan Sosial dan Pencegahannya*. Semarang: Alprin.
- M. Yahya Harahap, Segi-segi Hukum Perjanjian, Bandung: Alumni,1986
- Nanda, Amalia. 2012. Hukum Perikatan, Keude Aceh. Unimal Press
- O. Notohamidjoyo, 1975, Demi Keadilan Dan Kemanusiaan: Beberapa Bab Dari Filsafat Hukum, Jakarta: BPK. Gunung Mulia
- Peter Mahmud Marzuki. 2019. *Penelitian Hukum*. Cetakan ke-14. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Ratna Artha windari, Hukum Perjanjian, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2014
- Riduan Syahrani, 2013, Pengantar Ilmu Hukum. Bandung, Penerbit Nusa Media
- Saifullah, Refleksi Sosiologi Hukum, (Bandung : Refika Aditama, 2007)
- Salim, 2019. Hukum Kontrak. Jakarta, Sinar Grafika
- Salim H.S., Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak, Jakarta : Sinar Grafika, 2003
- Shidarta,2000,Hukum Perlindungan Konsumen,PT Grasindo,Jakarta
- Skendar Gojani, 2013. *Kontratat Dhe Klasifikimi I Tyre*. Prishtinëë.
- Soerjono Soekanto, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2004)
- Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji. 2009. *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singka*. Cetakan Ke-11. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Subekti, 1981, Aneka Perjanjian, Balai Pustaka: Bandung
- Sudikno Mertokusumo, Meningkatkan Kesadaran Hukum Masyarakat, Edisi Pertama, (Yogyakarta : Liberti, 1981)

Titon Slamet, (2009), Pengantar Sistem Hukum Indonesia, Bandung: PT. Alumni
Yati Nurhayati, 2020, Pengantar Ilmu Hukum, Bandung: Penerbit Nusa Media

B. Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Kitab Undang-Undang Hukum Dagang

Ligji Nr. 04/L-077, Për Marrëdhëniet e Detyrimeve

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

C. Artikel

Ambar Wariati, E-Commerce dalam Perspektif Perlindungan Konsumen. Jurnal
Ekonomi & Bisnis. Vol.1, No. 2, 2014

Andrew Shandy Utama, Kepercayaan Masyarakat Terhadap Penegakan Hukum di
Indonesia. Ensiklopedia Social Review, Vol. 1 No. 3, 2019

Ayu Putri Rainah Petung Banjarsari, Pertanggungjawaban Makelar dan
Komisioner kepada Pihak Ketiga Berdasarkan Hukum Dagang Indonesia.
Jurnal Yustisiabel, vol.5, no.1, 2021

Desrini Ningsih, Putu Hari Kurniawan, Trisa Liliana. Strategi Afiliasi Bisnis:
Suatu Model Pemilihan Channel Penjualan dan Pengelolaan Hotel Non
Jaringan di Kota Batam. Snistek. Vol 2, No. 1. 2019

Hardijan Rusli. 2006. "Metode Penelitian Hukum Normatif: Bagaimana?". Law
Review, Fakultas Hukum Universitas Pelita Harapan. Vol. V No. 3

Ismail Qemali, Affiliate marketing. Can online news portals use successfully
affiliated marketing in Albania? European Journal of Marketing and
Economics, Vol.1, No.3, 2018

Isra Misra, Mekanisme Bagi Hasil pada Sistem Affiliate Marketing Taqychan
Saffron. Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Ekonomi Syariah, vol. 7, no.
2, 0221.

Kiprah Bisnis *Online* di Kalangan Millennial, Prosiding National Seminar on
Accounting, Finance, and Economics (NSAFE), 2021, Vol. 1 No. 11

Mesdiana Purba dan Nelvitia Purba, (2013), *Perbuatan Melawan Hukum
(Wederrechtelijk) di dalam Perspektif Hukum Pidana dan Perbuatan
Melawan Hukum (Onerechtmatige daad) di dalam Perspektif Hukum
Perdata*, Kultura, Vol. 14 No. 1

RR Dewi Anggraeni, Acep Heri Rizal. Pelaksanaan Perjanjian Jual Beli Melalui Internet (E-Commerce) Ditinjau dari Aspek Hukum Perdataan. *Jurnal Sosial & Budaya Syar-i*: vol. 6, no. 3, 2019.

Ria Shinta Devi, Feryanti Simarsoit, Perlindungan Hukum Bagi KOnsumen E-Commerce Menurut Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Rectum*, vol. 2, No. 2, 2020

Strategi Penjualan Online bagi Pelaku Usaha Kopi Kuchink di Masa Pandemi Covid-19, *Prosiding HUBISINTEK*, Vol 2 No. 1, 2022

Suhaimi, Problem Hukum dan Pendekatan dalam Penelitian Hukum Normatif. *Jurnal Yustitia*, Vol. 19, No. 2, 2018. Hlm. 207

Zulkarnain Ridlwan. 2012. *Negara Hukum Indonesia Kebalikan Nachtwachterstaat*. *Jurnal Ilmu Hukum*. Vol 5 No 2

Zurina Patrick and Ong Choon Hee, "Affiliate Marketing in SMEs: The Moderating Effect of Developmental Culture," *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, vol. 29, no. 2 (2021)

D. Internet

Situs Resmi PT Aneka Ilmu Mandiri, <https://anilma.co.id/>. Diakses pada 02/12/2022

