
Penerapan Etika Bisnis Islam dan Dampaknya Terhadap Kemajuan Bisnis *Skincare* Brand Sheriz Pada *Marketplace* TikTok Shop Dengan Sistem *Affiliate*

Divya Audrey Renata

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, Indonesia
divaaudreyr@gmail.com

ABSTRAK

KATA KUNCI

Sistem *Affiliate*;
Marketplace;Tiktok
Shop; Etika Bisnis
Islam

ARTICLE INFO

Accepted: 2023-09-15

Revised: 2023-09-25

Published: 2023-09-26

Dalam praktik jual beli di Islam, penerapan etika bisnis Islam sangat penting untuk menghindari malpraktik, terutama dalam jual beli online yang menggunakan sistem *affiliate*. Pada sistem *affiliate*, *affiliate marketer* menjual produk dari sebuah merek melalui link yang dibagikan, dan mereka mendapatkan komisi dari penjualan tersebut. Hal ini berbeda dengan prinsip jual beli Islam, yang mewajibkan penjual untuk menjual barang miliknya sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti penerapan etika bisnis Islam pada penjualan produk Sheriz menggunakan sistem *affiliate* di *marketplace* Tiktok Shop. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara dengan pemilik Brand Sheriz serta *affiliate marketer*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Brand Sheriz dan *affiliate marketer*-nya telah menerapkan etika bisnis Islam dalam penjualan melalui sistem *affiliate* di Tiktok Shop, tanpa ada unsur penipuan. Meskipun menggunakan sistem *affiliate* berbasis online, penjualan produk Sheriz tetap sesuai dengan etika Islam. Penelitian ini menyarankan agar Brand Sheriz mempertahankan atau bahkan menambahkan unsur etika bisnis Islam dalam penjualannya. Selain itu, *affiliate marketer* diharapkan selalu memperhatikan dan mengimplementasikan etika bisnis Islam dalam mempromosikan produk mereka, serta untuk pembaca agar selalu menerapkan etika bisnis Islam dalam menjalankan bisnis sesuai dengan syariat.

ABSTRACT

KEYWORDS

Affiliate System;
Marketplace; Tiktok
Shop; *Islamic*
Business Ethics

In Islamic business practices, the application of Islamic business ethics is essential to avoid malpractice, especially in online sales using the affiliate system. In the affiliate system, affiliate marketers sell products from a brand through shared links and earn a commission from the sales. This differs from the Islamic concept of selling, which requires sellers to offer their own goods. This research aims to examine the application of Islamic business ethics in the sale of Sheriz products using the affiliate system on the Tiktok Shop marketplace. The method used is descriptive qualitative research, with data collected through observation, documentation, and interviews with the owner of the Sheriz brand and affiliate marketers. The results of this study show that both Sheriz Brand and its affiliate marketers have implemented Islamic business ethics in their sales through the affiliate system on Tiktok Shop, without any elements of fraud. Despite using the affiliate system based on online sales, Sheriz products are sold in accordance with Islamic ethics. This study recommends that Sheriz Brand maintain or even add more elements of Islamic business ethics in their sales. Additionally, affiliate marketers are encouraged to always pay attention to and implement Islamic business ethics when promoting their products, and readers are advised to apply Islamic business ethics in conducting business according to Islamic law.

PENDAHULUAN

Dunia bisnis selalu mengalami perkembangan yang semakin pesat terlebih didukungnya berbagai sistem teknologi informasi yang berkembang pesat. Etika sendiri berasal dari kata *ethos* yang artinya dalam bahasa Yunani berarti kebiasaan. Kamus Webster etika adalah *the distinguishing character, sentiment, moral nature, or guiding beliefs of a person, group, or institution* (karakter istimewa, sentimen, tabiat moral, atau keyakinan yang membimbing seseorang, kelompok atau institusi). Pada era bisnis modern seperti pada saat ini, untuk menghadapi berbagai persaingan bisnis serta agar mewujudkan

persaingan yang sehat dalam bisnis dikenal dengan istilah etika bisnis (Saifullah, 2011).

Etika bisnis digunakan sebagai pengendali perilaku persaingan bisnis agar sesuai dengan norma yang ada. Suatu persaingan bisnis dapat dinilai baik, apabila memenuhi seluruh norma yang ada (Sampurno, 2016). Etika bisnis juga dapat dipergunakan oleh para pelaku bisnis sebagai sumber paradigma dalam menjalankan suatu bisnis yang baik. Umumnya bisnis diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh seorang untuk memperoleh keuntungan dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup dengan cara mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien. Tentunya dengan adanya prinsip etika bisnis Islam maka suatu bisnis dapat berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam (Muhammad, 2009).

Tanpa menerapkan etika bisnis yang benar, sangat mungkin pelaku bisnis akan melakukan malpraktik yang merugikan konsumen. Bisnis yang berbasis online semakin mudah terjadinya malpraktik. Seperti yang kita ketahui tidak sedikit banyaknya kasus penipuan pada penjualan produk dimarketplace seperti barang yang dikirim tidak sesuai. Dalam kondisi seperti ini, perilaku Brand terhadap produk yang dipasarkan memiliki pengaruh yang cukup besar. Konsumen memberikan kepercayaan besar terhadap Brand atas manfaat dan ketersediaan produk mereka.

Beberapa tahun terakhir internet sangatlah populer. Semakin populernya internet, fungsi dari internet pun semakin beragam. Sebelumnya internet hanya dapat digunakan untuk mengirim email, berbeda dengan era globalisasi sekarang yang dimana kita dapat bersosialisasi melalui internet hingga dapat kita jadikan sarana untuk berbelanja dan menghasilkan uang (Karl, 2009).

Kehadiran internet saat ini menawarkan alternatif untuk berbisnis dengan prospek yang sangat besar. Penghasilan yang ditawarkan dengan menggunakan Internet melalui bisnis online sangat menarik dan membutuhkan sedikit atau tanpa modal (Sidabalok, 2016).

Media sosial merupakan platform yang dimana sering digunakan oleh masyarakat dalam melakukan berbagai aktivitas. Media sosial sendiri saat ini sudah menjadi kebutuhan manusia, tidak hanya menjadi sarana informasi tetapi juga dipergunakan untuk hiburan bahkan dapat digunakan sebagai media promosi. Memasarkan produk menggunakan media sosial sebagai sarana promosi dapat meningkatkan minat beli pada konsumen terhadap suatu produk. Maka dari itu media sosial dapat dimanfaatkan meningkatkan penjualan (Dwiyanti & Fitri, 2021).

Media sosial yang paling populer pada saat ini sebagai sarana untuk memasarkan produk adalah platform aplikasi Tiktok. Pada tahun 2020 aplikasi Tiktok berkembang sangat cepat dan menjadi tren baru di Indonesia dan juga negara negara lainnya.

Diambil dari Sensor Tower data daftar aplikasi di *App Store* dan *Play Store* tercatat bahwa aplikasi Tiktok menjadi aplikasi terbanyak yang diunduh di bulan April 2021 dengan mengalahkan Facebook dan juga Whatsapp. Tak hanya itu aplikasi seperti Instagram, Facebook, dan Whatsapp berhasil dikalahkan oleh Tiktok dari daftar aplikasi yang paling banyak diunduh.

Di masa sekarang ini aplikasi Tiktok memiliki peran yang sangat penting bagi pemasaran, karena dapat dijadikan media promosi untuk memasarkan sebuah produk. Aplikasi Tiktok merupakan platform yang menyediakan fitur pembuatan video dengan diiringi musik dan juga memiliki banyaknya filter untuk mempercantik kualitas video. Dengan melihat perkembangan dari aplikasi Tiktok secara tidak langsung dapat membuat peluang untuk membantu meningkatkan penjualan dalam suatu produk melalui aplikasi Tiktok ini (Sari dkk., 2023).

Baru baru ini aplikasi Tiktok mengeluarkan fitur terbarunya, yaitu Tiktok Shop. Tiktok Shop sendiri hampir sama dengan *e-commerce* lainnya. Tetapi untuk saat ini masih banyak masyarakat yang belum mengetahui adanya fitur Tiktok Shop. Namun untuk kalangan remaja dan dewasa sudah banyak yang mengetahui dan ikut serta dalam penjualan produk di fitur Tiktok Shop ini. Keuntungan memasarkan produk melalui aplikasi Tiktok Shop ini selain dapat mempromosikan melalui konten

video yang sangat mudah untuk di edit ada juga keuntungan lainnya, yaitu baru baru ini Aplikasi Tiktok Shop mengadakan Sistem *Affiliate* pada aplikasi tersebut. Sistem *Affiliate* ini sangat mempermudah bagi masyarakat yang ingin berjualan tetapi tidak perlu mengeluarkan modal sama sekali. Penjual hanya perlu membuat konten video yang berisi barang yang akan diafiliasikan kemudian menyantumkan *link* barang yang diafiliasikan. Disini jika ada pembeli yang membeli melalui *link* tersebut maka penjual yang membuat konten tersebut akan mendapatkan komisi dari perusahaan produk yang diafiliasikan tadi (Ratu & Tulung, 2022).

Dari keuntungan pada sistem tersebut banyak sekali perusahaan yang mendaftarkan produknya untuk bisa dijual dan diafiliasikan pada aplikasi Tiktok Shop. Tak hanya itu, banyak para remaja dan orang dewasa yang memanfaatkan adanya sistem ini. Mulai dari berbelanja di *marketplace* Tiktok Shop, hingga berjualan dengan Sistem *Affiliate* pada *marketplace* Tiktok Shop ini.

Seperti yang dilakukan oleh salah satu Brand *Skincare* lokal yang berasal dari Gresik, Jawa Timur yaitu Sheriz. Brand *Skincare* ini menjualkan produknya melalui marketplace Tiktok Shop yang dimana penjualan tersebut berbasis online. *skincare* Sheriz juga mencantumkan penjualan produk perawatan tubuh pada *marketplace* Tiktok Shop. Tak hanya itu, Brand Sheriz juga menggunakan sistem *affiliate* untuk penjualan produknya, agar masyarakat yang ingin berjualan produk *Skincare* Sheriz kini dapat dengan mudah menjualkan produknya tanpa mengeluarkan modal sama sekali. Dibantu dengan membuat konten berupa video yang kemudian diunggah dan menyantumkan link penjualan pada *marketplace* Tiktok Shop para *seller* dapat mendapat keuntungan penjualan dengan mudah. Penjual menjualkan produknya tanpa bertatap muka langsung dengan pembeli begitu pun sebaliknya. Dalam jual beli sikap jujur dan tanggung jawab dari Brand sangat diperkukan. Akhir - akhir ini produk Brand Sheriz sangat banyak diminati oleh masyarakat, hal ini dapat dilihat dari banyaknya produk yang terjual pada *marketplace* Tiktok Shop sebanyak 14.000 produk terjual. Hal tersebut terjadi karena pada dua tahun terakhir ini Brand Sheriz mengalami komplain mengenai produk *Body Lotion* yang dijualnya melalui Tiktok Shop yang dimana banyak konsumen yang produk *Body Lotion*- nya mengalami kebocoran. Karena komplain tersebut Brand Sheriz segera bertanggung jawab dengan melakukan *repackaging* pada produknya agar tidak ada hal yang merugikan konsumen lagi.

Brand Sheriz akhir akhir ini menjadi sangat banyak digemari oleh kaum Wanita, hal ini ditandai dengan total penjualan produk melalui sistem *affiliate* Tiktok Shop mencapai 14.000 lebih produk terjual bukan hanya karena manfaat produknya yang bagus tetapi Brand Sheriz juga dikenal sebagai Brand *skincare* yang bertanggung jawab atas produknya. Pada awal tahun lalu 2022 Brand Sheriz melakukan *repacaging* pada produk *skincarenya* sebab mendapat banyak komplain bahwa produk *skincare* Sheriz mengalami kerusakan ketika sudah ditangan konsumen. Meskipun penjualan Brand Sheriz dilakukan secara online melalui sistem *affiliate* Tiktok Shop Brand Sheriz segera bertanggung jawab untuk melakukan *repackaging* ulang kemasan dan mengganti produk konsumen yang mengalami kerusakan. Hal ini membuat semakin banyaknya masyarakat yang tertarik terhadap Brand Sheriz karena walaupun penjualan produknya menggunakan Sistem *Affiliate* Tiktok Shop tetap bertanggung jawab (Helianthusonfri, 2016).

Namun bagaimana sikap *affiliate marketer* jika ada komplain dari konsumen mengenai produk Sheriz yang dipromosikan oleh *affiliate marketer* mengalami kendala? Apakah dalam hal memasarkan produk Sheriz *affiliate marketer* ikut serta bertanggung jawab atas komplain konsumen tersebut? Sebab *affiliate marketer* juga merupakan pihak yang terlibat dalam jual beli melalui sistem *affiliate* pada *marketplace* Tiktok Shop. Berdasarkan latar belakang di atas penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis penerapan etika bisnis Islam dan dampaknya bagi sebuah Brand skincare. Penelitian ini menggunakan studi kasus pada sebuah Brand skincare lokal yang berasal dari kota Gresik Jawa Timur.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif *evaluative*. Penelitian deskriptif *evaluative* merupakan penulisan penelitian yang penyampaiannya mengedepankan kronologis sesuai dengan urutan waktunya. Pada penulisan deskriptif *evaluative* menggunakan cara berpikir diakronik yang dilakukan untuk menyampaikan urutan jalannya sebuah peristiwa. Pada penelitian ini pemaparan pembahasan diawali dengan pemaparan konsep sistem afiliasi, meliputi bagaimana Brand Sheriz memasarkan produknya menggunakan Sistem *affiliate* pada *marketplace* Tiktok Shop, bagaimana *affiliate marketer* Brand Sheriz mempromosikan dan memasarkan produk Sheriz melalui sistem *affiliate* pada *marketplace* Tiktok Shop. Kemudian kegiatan tersebut dievaluasi berdasarkan prinsip Etika Bisnis Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Subjek dan Objek

Brand Sheriz merupakan Brand lokal yang berasal dari kota Gresik, Jawa Timur. Berdiri tahun 2020 akhir dan melakukan penjualan produk awalnya ditahun 2021 Januari. Pemilik dari Brand Sheriz yaitu Shelma Ayu Deseara dan juga partnernya Rizma Maliyyatuz Zakiyyah. Shelma menyatakan bahwa masyarakat semakin bertambahnya zaman semakin ingin tampil dengan menarik, apalagi wanita. Selalu ingin terlihat lebih cantik dan menarik dari sebelumnya merupakan keinginan hampor seluruh wanita. Tujuan dari Shelma dan Rizma untuk membuat produk perawatan kulit ini yaitu juga ingin membantu para masyarakat yang ingin merawat dan menjaga kulitnya agar terlihat lebih menarik dan tetap terjaga.

Nama Brand Sheriz sendiri diambil dari akronim nama mereka yaitu Shelma dan Rizma sehingga terbentuk nama Brand SHERIZ. Visi dan Misi dari Brand Sheriz yaitu membuat serangkaian produk yang dapat membantu masyarakat untuk merawat dan mempercantik kulit 48 tubuh mereka. Dengan bahan produk yang aman serta berkualitas dan harga yang masih terjangkau.

Brand Sheriz pada marketplace Tiktok Shop dengan Sistem *Affiliate*

Produk dari Brand Sheriz itu sendiri yaitu merupakan produk perawatan kulit. Produk dari Brand Sheriz ini sendiri sudah dijual pada beberapa *marketplace* seperti, Tiktok Shop, Shopee dan juga Tokopedia. Tak hanya melalui *marketplace* penjualan produk Sheriz pun juga dilakukan di *offline store* ternama seperti KKV, *offline store* yang berada di beberapa kota di Indonesia. Serta Brand Sheriz ini juga aktif mengikuti pameran booth kecantikan yang diadakan di Jawa Timur. Produk perawatan kulit yang diproduksi serta dijual yaitu seperti:

1. *Body Lotion*
2. *Body Peeling*
3. *Body Booster*
4. *Body scrub*

Semua produk dari Sheriz ini sudah teruji secara klinik serta bebas dari bahan yang berbahaya, jadi aman untuk digunakan di usia 10 tahun keatas. Produk dari Brand Sheriz sendiri juga sudah mendapatkan sertifikasi dari BPOM. Keaman serta kualitasnya sudah terjamin karena sudah dilakukan survey baik saat produksi maupun acak dilapangan. Sudah melalui serangkaian uji lab seperti validasi formula dan stabilisasi produk. Produk perawatan kulit Brand Sheriz juga terhindar dari kandungan yang berbahaya seperti merkuri, hidroquinon, dan bahan steoroid yang dapat membahayakan tubuh.

Skincare Sheriz ini merupakan Brand *Skincare* yang penjualannya sampai saat ini masih bergantung pada penjualan yang berbasis online. Sejak awal penjualannya *Skinacare* Sheriz ini menjualkan produknya pada *marketplace* Tiktok Shop. Brand ini memang sudah mengingkan untuk pemasaran atau penjualan produknya akan dipasarkan salah satunya pada *markrtplace* Tiktok Shop. Dengan memasarkan produknya melalui *marketplace* Tiktok Shop tentu Brand Sheriz juga

mendaftarkan produknya dengan sistem affiliate pada marketplace tersebut. Tak hanya itu Brand Sheriz juga membuka peluang untuk para *affiliate marketer* agar bisa mendapatkan produk sample gratis, yang dimana sample tersebut dapat digunakan sebagai media untuk promosi produk Sheriz. Brand Sheriz juga membuka untuk semua pengguna akun Tiktok Shop agar dapat menjadi affiliate marketer produk Sheriz. Mendaftarkan diri sebagai affiliate marketer pada Tiktok Shop sama sekali tidak mengualarkan biaya. Pengguna bisa meminta atau mengajukan sample gratis, jika pengajuan tersebut di accepted oleh Brand Sheriz maka pengguna tinggal menunggu barang dikirimkan dan sampai ditangan. Jika sudah maka diharuskan untuk membuat konten atau video promosi yang nantinya akan menyantumkan link produk tersebut. Jika ada pembeli yang akan membeli produk tersebut maka affiliate marketer akan mendapatkan keuntungan komisi hingga 2-6% dari harga produk.

Selain membuka untuk umum *affiliate marketer* pada marketplace Tiktok Shop juga ada yang dipilih langsung oleh Brand Sheriz. Biasanya Brand Sheriz memilih *affiliate marketer* yang memang sudah memiliki banyak pengikut dan yang memang sering mempromosikan produk *Skincare* maupun kecantikan. Penawaran untuk *affiliate marketer* tersebut pun tidak hanya komisi dari marketplace Tiktok Shop, melainkan jika membuat konten video akan diberikan komisi dari Brand Sheriz untuk persatu vidionya. Komisi tambahan tersebut sesuai dengan kesepakatan yang disepakati oleh Brand Sheriz dengan *affiliate marketer* pilihannya. Brand Sheriz juga membaskan para *affiliate marketer* untuk membuat konsep video promosi seperti apa saja, asal tidak mengandung unsur penipuan dan juga menjeakan Brand lain atau bahkan sampai membuat fitnahan untuk Brand lain.

Sistem Affiliate pada marketplace Tiktok Shop dalam penjualan produk Skincare Sheriz ditinjau dari Etika Bisnis Islam

Dalam pemasaran produk melalui sistem *affiliate* berbeda dengan syarat jual beli pada islam, yang dimana syarat jual beli dalam islam penjual harus memiliki hak kepemilikan utuh terhadap produk yang dijualkan. Sedangkan pada jual beli yang dilakukan dengan sistem *affiliate* penjual tidak harus memiliki barang tersebut. Dengan perbedaan ini apakah jual beli dalam sistem *affiliate* tidak diperbolehkan dalam islam walaupun didalamnya tidak mengandung unsur penipuan. Tak hanya itu, pada penjualan sistem affiliate pada marketplace Tiktok Shop dalam penjualan produk Sheriz apakah sudah benar benar menerapkan tika bisnis Islam pada penjualannya. Sebab jika terjadi komplain siapakah yang akan bertanggung jawab? Apakah pihak Brand dan affiliate marketer benar benar menerapkan etika Tanggung Jawab. Maka dari itu pada bab ini akan membahas mengenai sistem *affiliate* dalam marketplace Tiktok Shop pada penjualan produk *Skincare* Sheriz yang ditinjau melalui etika bisnis islam.

Pada penelitian ini yang dimana data yang didapat dengan wawancara dengan pemilik Brand Sheriz yaitu Shelma dan juga Rizma serta dilakukannya juga dengan *affiliate marketer* Brand Sheriz yaitu Lyra dengan pemilik akun Tiktok Shop @lyranailii dan juga Naila dengan pemilik akun Tiktok Shop @laalaaa912. Secara umum menunjukkan bahwa penjualan produk Sheriz menggunakan sistem *affiliate* pada marketplace Tiktok Shop yang dijalankan oleh Brand Sheriz dan juga *affiliate marketer* Brand Sheriz telah menerapkan etika bisnis islam melalui kelima aksiomanya. Berikut merupakan penerapan yang dilakukan oleh Brand Sheriz maupun *affiliate marketer* Brand Sheriz yang ditinjau melalui lima aksioma etika bisnis islam :

1. Etika Tauhid

Tauhid atau keesaan merupakan sebagaimana konsep tauhid yang menggabungkan aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik serta sosial serta menekankan gagasan terhadap konsistensi dan keteraturan (Anganthi, 2020).

Dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa Brand Sheriz ini sendiri kerap membuat acara sosial yang dilakukan bersama staff dan karyawannya. Hasil dari penjualannya dengan sistem

affiliate membuat keuntungan penjualan yang meningkat. Dengan hal itu hasil atau keuntungan tersebut sebagian kerap digunakan untuk membuat acara sosial tersebut seperti membagikan takjil dijalanan pada saat bulan Ramadhan dan juga mengadakan doa bersama dengan karyawan dan staff Brand Sheriz. Tak hanya itu setiap akan melukan pekerjaan dikantor seperti *packing*, administrasi dan pekerjaan lainnya seluruh karyawan diharuskan membaca doa bersama. Serta terdapat fasilitas mushola pada *warehouse* Brand Sheriz, hal ini dikarenakan pemilik Brand Sheriz yaitu Shelma dan juga Rizma ingin seluruh karyawan serta staff nya taat ibadah. Menurut Shelma melakukan pekerjaan dengan baik tidak cukup jika tidak melalukan ibadah.

2. Etika Keseimbangan

Keseimbangan dan keadilan merupakan dimensi horizontal ajaran Islam yang berhubungan dengan keseluruhan semesta. Tantangan serta hukum yang dilihat mencerminkan kesimbangan yang harmonis. Prinsip ini mengajarkan ketika melakukan bisnis harus diiringi dengan keadilan bagi orang lain dan lingkungan, tidak hanya memikirkan mengenai keuntungan sedangkan ada pihak yang dirugikan dari hal tersebut (Asmani, 2015).

Penerapan etika ini dapat dilihat pada saat proses penjualan pada marketplace Tiktok Shop dengan sistem *affiliate* semua pesanan yang dikirim untuk konsumen selalu dilakukan pengecekan kembali sebelum proses *packing*. Hal ini dikarenakan Brand Sheriz tidak ingin membuat kerugian untuk para *affiliate* marketer yang dimana jika ada pembeli atau konsumen yang mengalami kesalahan dalam produk yang diterima pasti nantinya akan membuat kehilangan kepercayaan kepada *affiliate* marketer yang sudah mempromosikan produk Sheriz tersebut. Sehingga pihak Brand Sheriz selalu akan melakukan pengecekan pesanan untuk konsumen sebelum dikirim. Hal tersebut tentunya membawa dampak baik bagi *affiliate* marketer serta konsumen dan juga Brand Sheriz (Amelia dkk., 2022).

3. Etika Kehendak Bebas

Seperti yang diketahui bahwa setiap manusia memiliki kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri, akan tetapi setiap manusia mengabaikan kenyataan yang ada, bahwa manusia dituntut oleh hukum yang dibentuk Allah SWT, ia diberikan kemampuan berfikir dan membuat keputusan memilih jalan yang diinginkan dan juga untuk bertindak berdasarkan aturan yang dipilih.

Pada penerapan etika ini dapat dilihat pada penjualan produk Sheriz yang dilakukan oleh *affiliate* marketer. Brand Sheriz membebaskan untuk seluruh *affiliate* marketer mempromosikan produk Sheriz dengan cara apa saja. Hal ini dapat dilihat di marketplace Tiktok Shop bahwa *affiliate* marketer mempromosikannya dengan cara yang beda beda. Seperti ada yang mempromosikan dengan cara membuat video dengan menjelaskan kandungan serta manfaat yang diperoleh jika menggunakan produk Brand Sheriz. Kemudian juga ada yang isi konten video promosinya dibikinkan oleh pihak Brand Sheriz kemudian *affiliate* marketer melakukannya dengan cara dan juga ciri khas masing masing. Dalam hal mempromosikan pihak Brand Sheriz tidak membatasi, asalkan sesuai dengan produk dan juga tidak mengandung unsur yang menjatuhkan atau menjelekan Brand lain (Zamzam & Aravik, 2020).

4. Etika Tanggung Jawab

Tidak ada kebebasan yang tanpa batas, sebab membuat tidak adanya pertanggung jawaban atas segala tindakan yang dilakukan. Manusia sangat diharuskan untuk mempertanggung jawabkan tindakannya. Selain itu tanggung jawab dalam berbisnis sangat dibutuhkan dan ditampilkan secara sangat transparan. Berbisnis secara online sangat membutuhkan tanggung jawab yang dilandasi keterbukaan serta kejujuran (Ningrum & Hadi, 2023).

Dalam artian pada bisnis yang dilakukan harus ditampilkan secara keterbukaan, jujur dan

tidak adanya penipuan dalam segala kegiatan yang dilakukan. Setiap pembisnis harus bertanggung jawab atas produk yang dipasarkan mulai dari manfaat, jumlah dan kandungan.

Yang dimaksud dengan tanggung Jawab dalam hal ini adalah adanya keterbukaan, kejujuran dan juga tidak adanya penipuan dalam segi apapun. Sehingga Brand Sheriz maupun affiliate marketer Brand Sheriz ini harus bertanggung jawab atas barang yang dipromosikan. Dan tentunya tanggung jawab merupakan hal yang penting dalam berbisnis apalagi pada bisnis yang dijalankan di marketplace Tiktok Shop menggunakan sistem affiliate. Sebab pembeli benar benar memberikan kepercayaan penuh pada saat melihat promosi yang dilakukan oleh affiliate marketer dan pembeli juga percaya akan manfaat dari produk yang dibuat oleh Brand. Mulai dari manfaat, kandungan dan juga jumlah isi.

Pada etika ini sudah dilakukan pada penjualan produk Sheriz dengan sistem affiliate dalam marketplace Tiktok Shop. Dimana affiliate marketer Brand Sheriz yaitu Lyra dan juga Naila dalam mempromosikan produknya selalu menjelaskan terkait dengan manfaat yang didapatkan pada saat menggunakan produk Sheriz. Lyra dan juga Naila juga menyatakan bahwa jika ada efek samping dalam menggunakan produk Sheriz maka dia akan menjelaskan di video promosinya dengan jelas. Sebab ia tidak mau menipu para konsumen yang sudah menaruh kepercayaan penuh pada setiap promosi yang dilakukan oleh Lyra dan Naila.

Tanggung jawab pada affiliate marketer pada sistem affiliate sangat besar. Sebab konsumen akan memberikan kepercayaan terhadap promosi yang dilakukan oleh affiliate marketer. Jadi affiliate marketer memang harus jujur dan tidak menipu sedikit pun dalam hal mempromosikan produk yang diaffiliatekan.

Serta pada etika ini pun pihak Brand juga sudah menerapkan pada proses pesanan, yang dimana semua pesanan para konsumen sudah diperiksa keutuhannya agar tidak ada konsumen yang dirugikan. Serta produk Brand Sheriz yang dipasarkan melalui sistem affiliate pada marketplace Tiktok Shop juga sudah mendapatkan sertifikasi BPOM. Sehingga bahan untuk produk Sheriz sudah teruji secara klinik. Melalui banyak tahapan dan proses produk Sheriz sudah terjamin keamanan serta kualitasnya, sebab sudah dilakukan *survey* baik saat produksi maupun acak dilapangan. Juga sudah melalui serangkaian uji lab seperti validasi formula dan stabilisasi produk. Produk Sheriz sudah aman terhindar dari kandungan yang berbahaya untuk kulit seperti merkuri, hidroquinon dan steroid. Dan juga bentuk tanggung jawab dari Brand Sheriz adalah dengan beberapa bulan yang lalu Brand Sheriz mendapatkan komplain pada penjualan produknya yang diterima konsumen. Dimana konsumen mendapatkan produknya dalam kondisi sedikit berbeda atau dapat dibilang rusak, dengan *packaging* yang bocor dan *lotion* yang keluar dari kemasan. Dengan hal itu pihak Brand Sheriz melakukan penggantian *packaging* untuk konsumen dan mengganti pengiriman produknya agar konsumen tidak kecewa. Dalam hal ini pihak *affiliate marketer* juga terkena dampaknya sehingga video promosi melalui *marketplace* Tiktok Shop dipenuhi oleh komentar negative dari konsumen. Dalam hal tersebut pihak *affiliate marketer* sebagai pihak yang mempromosikan belum bisa bertanggung jawab sepenuhnya atas perihal pemesanan.

5. Etika Kebajikan

Kebajikan atau kebaikan kepada orang lain dapat diartikan sebagai tindakan yang menguntungkan orang lain dibanding orang yang melakukan tindakan tanpa melakukan kewajiban apapun. Dalam konteks berbisnis kebajikan yang dimaksud yaitu merupakan niat serta perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses memperoleh komisi dalam upaya menetapkan keuntungan. Etika ini juga mengajarkan seseorang untuk dapat memberikan manfaatnya dalam menjalankan aktivitas bisnisnya.

Dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa affiliate marketer pada saat pemberian komisi dari Brand Sheriz selalu tidak ada kendala dan keterlambatan, dalam hal ini juga membuktikan bahwa Brand Sheriz melakukan tanggung jawab dengan jujur dan benar. Serta dalam hal ini affiliate marketer juga bisa menghasilkan penghasilan dari berjualan produk Sheriz yang berkualitas tanpa mengeluarkan modal sama sekali.

Dalam penerapan etika bisnis islam yang dilakukan Brand Sheriz dan juga *affiliate marketer* pada sistem *affiliate* produk Skinacare Sheriz dalam marketplace Tiktok Shop memberikan dampak terhadap kemajuan bisnis produk Skinacare Sheriz yang dapat dilihat dari lima parameter kemajuan bisnis.

Penerapan etika bisnis islam yang berdampak terhadap aspek pemasaran, yaitu Brand Sheriz berhasil menjualkan lebih dari 14.000 produk *Skincarenya* pada marketplace Tiktok Shop. Aspek pemasaran tersebut meliputi bauran pemasaran yang terdiri dari 4P yaitu produk, *price* (harga), promosi, *place* (*affiliate marketer*). Produk yang berkualitas, harga yang terjangkau, promosi yang dilakukan *affiliate marketer* yang bagus, serta penjelasan yang dilakukan *affiliate marketer* secara jelas dan dapat diterima oleh konsumen mampu mendapatkan permintaan konsumen yang meningkat.

Penerapan etika bisnis yang dilakukan juga berdampak pada aspek manajemen dan SDM dalam seluruh penjualan sistem *affiliate* Brand Sheriz. Selain itu, pemilik Brand Sheriz juga menanamkan nilai kejujuran dan tanggung jawab, baik yang berhubungan dengan urusan dunia maupun dengan urusan akhirat.

Penerapan etika bisnis islam juga berdampak pada aspek hukum. Hal ini tercermin dalam kepercayaan konsumen, yang semakin hari semakin meningkat, ditandai dengan meningkatnya minat permintaan. Sebab Brand Sheriz berhasil mendaftarkan produknya pada Lembaga pemerintah nonkementerian yaitu BPOM atau Badan Pengawas Obat dan Makanan. Sehingga produk *skincare* Sheriz sudah terjamin kandungannya dan kualitasnya.

Penerapan etika bisnis juga berdampak pada aspek sosial berupa kontribusi yang diberikan oleh Brand Sheriz. Hal ini dapat dilihat dari beberapa kegiatan yang dilakukan Brand Sheriz yang dimana Brand Sheriz kerap membuat acara sosial seperti pembagian takjil dijalan pada saat bulan Ramadhan, tak hanya itu Brand Sheriz juga menyisihkan sebagian pendapatannya dari sistem *affiliate* untuk bershodaqoh dan juga zakat.

Penerapan etika bisnis islam juga berdampak pada aspek lingkungan dalam bentuk Brand Sheriz sama sekali tidak memberikan dampak negatif. Bahkan berdampak positif bagi seluruh pihak terkait seperti, menguntungkan *affiliate marketer* dan juga konsumen.

Penerapan etika bisnis islam juga berdampak pada aspek finansial pada Brand Sheriz dan juga *affiliate marketer*. Dapat dilihat dari kemajuan Brand Sheriz dengan mampu menjual sebanyak 14.000 lebih produk *Skincare* melalui sistem *affiliate* pada marketplace Tiktok Shop. *Affiliate marketer* menjadi bisa menghasilkan penghasilan dengan cara mempromosikan produk Sheriz. Hal ini berdampak baik bagi kebanyakan orang yang menjadi *affiliate* marketer Brand Sheriz.

KESIMPULAN

Penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut : 1) Dengan memasarkan produknya melalui marketplace Tiktok Shop Brand Sheriz juga mendaftarkan produknya dengan sistem *affiliate* pada marketplace tersebut. Tak hanya itu Brand Sheriz juga membuka peluang untuk para *affiliate marketer* agar bisa mendapatkan produk sample gratis, yang dimana sample tersebut dapat digunakan sebagai media untuk promosi produk Sheriz. Jika ada pembeli yang akan membeli produk tersebut maka *affiliate marketer* akan mendapatkan keuntungan komisi hingga 2-6% dari harga produk. 2) Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dalam penjualan produk Brand Sheriz menggunakan sistem *affiliate* di Tiktok Shop belum sepenuhnya menerapkan etika bisnis Islam melalui kelima aksiomanya.

Penerapan etika tauhid dapat dilihat dari kinerja SDM nya, yang dimana selalu mengadakan doa bersama pada saat akan melakukan pekerjaan di warehouse Brand Sheriz dan juga mengadakan kegiatan sosial. Kemudian penerapan etika keseimbangan dapat dilihat dari pada saat proses penjualan pada marketplace Tiktok Shop dengan sistem affiliate semua pesanan yang dikirim untuk konsumen selalu dilakukan pengecekan kembali sebelum proses packing. Penerapan etika kehendak bebas dapat dilihat pada saat Brand Sheriz membebaskan untuk seluruh affiliate marketer mempromosikan produk Sheriz dengan cara apa saja tanpa membatasi. Namun pada penerapan etika tanggung jawab hanya masih bisa dilakukan terhadap pihak Brand Sheriz. Dapat dilihat ketika Brand Sheriz menerima komplain dan Brand Sheriz langsung menindak lanjuti agar konsumen tidak kecewa namun pihak affiliate marketer tidak bisa sepenuhnya ikut bertanggung jawab atas kejadian yang menimpa konsumen sebab pihak affiliate marketer hanya sebagai pihak yang mempromosikan dan menjualkan bukan memproduksi. Kemudian pada penerapan etika kebajikan juga dapat dilihat pada saat Brand Sheriz yang selalu tepat waktu jika memberikan komisi kepada affiliate marketer produk Sheriz. 3) Semua penerapan kelima aksioma pada etika bisnis membuat banyaknya dampak baik yang diterima pada penjualan produk Sheriz melalui sistem affiliate pada marketplace Tiktok Shop.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, S., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2022). Pengaruh Implementasi Etika Bisnis, Konsep Produksi dan Distribusi pada UMKM terhadap Profitabilitas dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(4), 305–313. <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i4.729> [Google Scholar](#)
- Anganthi, N. R. N. (2020). *Psikologi Kepribadian dalam Perspektif Spiritual Ilahiah: Mengenal Konsep Tauhid Asma Wa Sifat Asmaul Husna*. Muhammadiyah University Press. [Google Scholar](#)
- Asmani, J. M. (2015). *Manajemen Efektif Marketing Sekolah: Strategi Menerapkan Jiwa Kompetisi dan Sportivitas untuk Melahirkan Sekolah Unggulan*. Diva Press. [Google Scholar](#)
- Dwiyanti, S. A. I., & Fitri, A. I. (2021). Efektivitas Media Tiktok dan Influencer Mendongkrak Penjual Lippie Serum Raecca Dipandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK&BI)*, 4(1), 345–353. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v4i1.210> [Google Scholar](#)
- Helianthusonfri, J. (2016). *Affiliate Marketing Modal Dengkul*. PT Elex Media Komputindo. [Google Scholar](#)
- Karl, A. G. (2009). *Modernism and the Marketplace: Literary Culture and Consumer Capitalism in Rhys, Woolf Stein, and Nella Larsen*. Routledge: Taylor & Francis Group. [Google Scholar](#)
- Muhammad. (2009). Label Halal dan Spiritual Bisnis Interpretasi atas Bisnis Home Industry. *Jurnal Salam*, 12(2), 101–128. [Google Scholar](#)
- Ningrum, D. N., & Hadi, S. (2023). Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konveksi Rizma Collection). *JEBISKU: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus*, 1(1). [Google Scholar](#)
- Ratu, E. P., & Tulung, J. E. (2022). The Impact Of Digital Marketing, Sales Promotion, And Electronic Word Of Mouth On Customer Purchase Intention At Tiktok Shop. *EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 149–158. [Google Scholar](#)
- Saifullah, M. (2011). Etika Bisnis Islam dalam Praktek Bisnis Rasulullah. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 19(1), 127–156. <https://doi.org/10.21580/ws.19.1.215> [Google Scholar](#)
- Sampurno, W. M. (2016). Penerapan etika bisnis Islam dan dampaknya terhadap kemajuan bisnis industri rumah tangga. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 2(1), 13–18. [Google Scholar](#)

- Sari, M. N., Septrizarty, R., Farlina, W., Kahar, A., & Nurofik, A. (2023). Analisis Strategi Bisnis UMKM melalui Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Shop. *Journal of Economics and Management Scienties*, 160–168. <https://doi.org/10.37034/jems.v5i3.18> [Google Scholar](#)
- Sidabalok, S. B. (2016). *Peta Sukses Membangun Kerajaan Bisnis Online*. PT Elex Media Komputindo. [Google Scholar](#)
- Zamzam, H. F., & Aravik, H. (2020). *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=obfpDwAAQBAJ> [Google Scholar](#)

Copyright holders:

Diva Audrey Renata (2023)

First publication right:

Hawalah - Kajian Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Bisnis



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International](#)