

Dialektika dan Integrasi Akad dalam Digital Marketing: Analisis Ijarah dan Ju'alah pada Praktik Afiliator di Era Kontemporer

Fakhry Fadhil,¹ Uum Ummul Muhimmah,² Sofian Al Hakim,³ Ahmad Ropei⁴

¹Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Nahdlatul Ulama, Tangerang, Indonesia

^{2,3}Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, Bandung, Indonesia

⁴Institut Miftahul Huda, Subang, Indonesia

E-mail: Fakhryfadhil123@gmail.com¹, uummuhimmah@gmail.com², sofyanalhakim@uinsgd.ac.id³, ahmadropei88@gmail.com⁴

	ARTICLE HISTORY	
Received: Mei 2026	Revised: Mei 2026	Accepted: June 2026

Abstrak

Latar Belakang: Perkembangan ekonomi digital mendorong transformasi signifikan dalam praktik transaksi muamalah, khususnya pada model pemasaran afiliasi (affiliate marketing). Kondisi ini menuntut adanya penyesuaian konsep akad dalam fiqh muamalah agar tetap relevan dengan dinamika bisnis modern, terutama dalam menjembatani aspek kepastian hukum dan fleksibilitas insentif bagi pelaku ekonomi digital. **Tujuan Penelitian:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbandingan implementasi akad ijarah dan ju'alah dalam praktik affiliate marketing serta mengidentifikasi relevansi keduanya dalam sistem ekonomi digital kontemporer berdasarkan perspektif fiqh muamalah. **Metode Penelitian:** Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kepustakaan (library research). Analisis data dilakukan melalui metode komparatif-normatif dengan menelaah literatur fiqh muamalah, ekonomi Islam, serta praktik pemasaran afiliasi dalam ekosistem digital. **Hasil Penelitian:** Hasil kajian menunjukkan bahwa affiliate marketing dapat dipetakan ke dalam dua bentuk akad. Pertama, model afiliator sebagai endorser yang sejalan dengan akad ijarah, di mana imbalan diberikan secara tetap atas jasa promosi dan produksi konten. Kedua, model afiliator sebagai e-marketer yang selaras dengan akad ju'alah, di mana imbalan bersifat variabel dan bergantung pada capaian hasil penjualan. Kedua model ini menunjukkan adanya diferensiasi mekanisme insentif antara kepastian pendapatan dan sistem berbasis kinerja dalam praktik ekonomi digital. **Kesimpulan:** Integrasi akad ijarah dan ju'alah dalam praktik affiliate marketing mencerminkan adaptasi fiqh muamalah terhadap perkembangan ekonomi digital. Ijarah memberikan kepastian hukum dalam sistem berbasis jasa, sedangkan ju'alah menghadirkan fleksibilitas dan dorongan produktivitas. Keduanya, dalam perspektif maqāṣid al-sharī'ah, berkontribusi pada terciptanya sistem ekonomi yang lebih adil, seimbang, dan adaptif terhadap perubahan zaman.

Kata Kunci: ijarah, ju'alah, affiliate marketing, ekonomi digital, fiqh muamalah.

Abstract

Background: The development of the digital economy has significantly transformed the practice of muamalah transactions, particularly in affiliate marketing models. This condition requires adjustments to the concept of contracts (*uqūd*) in *fiqh muamalah* to remain relevant to modern business dynamics, especially in bridging the aspects of legal certainty and incentive flexibility for digital economic actors.

Research Objectives: This study aims to analyze the comparison between the implementation of *ijārah* and *ju'ālah* contracts in affiliate marketing practices and to identify their relevance within the contemporary digital economic system based on the perspective of *fiqh muamalah*. **Research Methods:** This research employs a qualitative approach using library research. Data analysis is conducted through a normative-comparative method by reviewing literature on *fiqh muamalah*, Islamic economics, and affiliate marketing practices within the digital ecosystem. **Results:** The findings indicate that affiliate marketing can be categorized into two contractual models. First, the affiliate as an endorser corresponds to the *ijārah* contract, where compensation is fixed for promotional services and content production. Second, the affiliate as an e-marketer aligns with the *ju'ālah* contract, where compensation is variable and depends on achieved sales performance. These two models reflect a differentiation of incentive mechanisms between income certainty and performance-based systems in digital economic practices. **Conclusion:** The integration of *ijārah* and *ju'ālah* contracts in affiliate marketing reflects the adaptation of *fiqh muamalah* to digital economic development. *Ijārah* provides legal certainty in service-based systems, while *ju'ālah* offers flexibility and productivity incentives. Both, within the framework of *maqāṣid al-sharī'ah*, contribute to a more just, balanced, and adaptive economic system in response to changing times.

Keywords: *ijārah*, *ju'ālah*, affiliate marketing, digital economy, *fiqh muamalah*

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi Islam kontemporer menunjukkan dinamika yang sangat signifikan, terutama dalam hal inovasi produk dan akad yang digunakan dalam praktik muamalah modern. Hal ini tidak terlepas dari tuntutan globalisasi ekonomi yang mendorong sistem keuangan syariah untuk terus beradaptasi dengan kebutuhan masyarakat modern. Dalam konteks ini, fiqh muamalah tidak lagi hanya dipahami sebagai kumpulan hukum normatif, tetapi juga sebagai sistem yang fleksibel dan mampu menjawab tantangan zaman dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, kajian terhadap akad-akad klasik seperti ijarah dan ju'alah menjadi penting untuk melihat relevansinya dalam perkembangan ekonomi kontemporer (Al-Faizin et al., 2024).

Secara konseptual, akad ijarah dan ju'alah merupakan dua bentuk transaksi dalam fiqh muamalah yang memiliki karakteristik berbeda, meskipun sama-sama berkaitan dengan pemberian imbalan atas suatu pekerjaan atau manfaat. Ijarah adalah akad pemindahan manfaat atas suatu barang atau jasa dengan imbalan tertentu yang disepakati di awal, sedangkan ju'alah merupakan akad pemberian imbalan atas suatu hasil tertentu yang belum pasti tercapai. Perbedaan ini menunjukkan adanya variasi pendekatan dalam hukum Islam dalam mengatur hubungan kerja dan transaksi ekonomi (Zakaria & Nuraeni, 2022).

Dalam praktik ekonomi modern, kedua akad ini memiliki relevansi yang cukup besar. Ijarah banyak digunakan dalam produk pembiayaan seperti leasing, pembiayaan aset, dan sukuk ijarah, sementara ju'alah lebih banyak diaplikasikan dalam sistem berbasis hasil seperti pemberian insentif, sayembara, dan reward system. Namun demikian, penggunaan akad ijarah dalam lembaga keuangan syariah masih lebih dominan dibandingkan ju'alah, yang cenderung kurang berkembang meskipun memiliki potensi besar dalam mendukung inovasi ekonomi berbasis kinerja (Irfani & Mun'im, 2025).

Dominasi akad ijarah dalam praktik keuangan syariah juga menunjukkan adanya kecenderungan sistem yang lebih menekankan kepastian (certainty) dibandingkan ketidakpastian (uncertainty). Padahal, dalam ekonomi modern yang berbasis digital dan inovasi, banyak model bisnis yang justru beroperasi dalam kondisi ketidakpastian. Dalam konteks ini, akad ju'alah sebenarnya memiliki relevansi yang lebih besar karena fleksibilitasnya dalam mengakomodasi hasil yang belum pasti (Kusuma et al., 2023).

Dalam perspektif maqāṣid al-sharī'ah, setiap akad dalam Islam pada dasarnya bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan dan mencegah kemudharatan. Ijarah berkontribusi pada stabilitas ekonomi melalui kepastian imbalan dan perlindungan terhadap pihak yang berakad, sementara ju'alah mendorong inovasi dan produktivitas melalui sistem berbasis hasil. Dengan demikian, kedua akad ini tidak hanya berbeda secara teknis, tetapi juga memiliki fungsi strategis dalam mencapai tujuan-tujuan syariah, seperti menjaga harta (ḥifz al-māl) dan meningkatkan kesejahteraan (jalb al-maṣlahah) (Kusuma et al., 2023).

Kajian yang mengintegrasikan perbandingan antara ijarah dan ju'alah dengan pendekatan maqāṣid al-sharī'ah masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian lebih berfokus pada aspek normatif atau implementasi praktis dalam lembaga keuangan syariah

tanpa mengaitkannya secara mendalam dengan tujuan-tujuan hukum Islam. Padahal, pendekatan maqāṣid sangat penting untuk menilai sejauh mana suatu akad relevan dan efektif dalam menjawab kebutuhan ekonomi kontemporer (Malik et al., 2020).

Perubahan paradigma dalam penerapan akad ijarah menunjukkan bahwa hukum Islam memiliki kemampuan adaptasi terhadap perkembangan ekonomi modern. Pergeseran ini terlihat dari berbagai inovasi produk berbasis ijarah yang terus berkembang dalam industri keuangan syariah, seperti sukuk dan pembiayaan berbasis aset. Namun, adaptasi serupa belum banyak terjadi pada akad ju'ālah, sehingga diperlukan kajian yang lebih mendalam untuk menggali potensinya dalam konteks ekonomi modern (Liana, 2024).

Dengan mempertimbangkan berbagai aspek tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji secara komprehensif perbandingan antara akad ijarah dan ju'ālah dalam perspektif maqāṣid al-sharī'ah serta relevansinya terhadap ekonomi kontemporer. Kajian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan fiqh muamalah, tetapi juga memberikan solusi praktis dalam pengembangan sistem ekonomi syariah yang lebih adaptif, inklusif, dan berorientasi pada kemaslahatan. Dengan demikian, penelitian ini memiliki nilai kebaruan dalam mengintegrasikan pendekatan perbandingan akad dengan perspektif maqāṣid dan konteks ekonomi modern (Zulfa et al., 2024)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis data yang terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer meliputi kitab-kitab fiqh klasik, fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN-MUI), serta literatur utama yang membahas ketentuan akad *ijārah* dan *ju'ālah*. Sementara itu, data sekunder meliputi jurnal ilmiah, buku, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan, khususnya yang membahas ekonomi syariah kontemporer dan penerapan akad tersebut dalam ranah pemasaran digital (*affiliate marketing*). Penggunaan berbagai sumber ini bertujuan untuk memperkaya analisis dan memastikan validitas akademik penelitian (Hadi, 2021).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi, yaitu dengan mengumpulkan berbagai literatur yang relevan dengan topik penelitian. Data dikumpulkan dari sumber-sumber terpercaya seperti jurnal terindeks, buku akademik, serta dokumen resmi terkait ekonomi syariah. Teknik ini dipilih karena sesuai dengan karakter penelitian kepustakaan yang mengandalkan analisis terhadap dokumen tertulis sebagai sumber utama data (Sari & Asmendri, 2020).

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan metode komparatif, yaitu membandingkan akad *ijārah* dan *ju'ālah* dari aspek rukun, syarat, mekanisme, serta implikasi hukumnya ketika diterapkan pada peran afiliator sebagai *endorser* maupun sebagai *e-marketer*. Selanjutnya, hasil perbandingan tersebut dianalisis untuk menilai relevansi serta efektivitas kedua akad tersebut dalam mewujudkan kemaslahatan pada praktik ekonomi modern, seperti model kompensasi berbasis kinerja (*performance-based*) dan sistem bagi hasil yang adil (Ridwan, 2022).

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan berbagai sumber literatur yang berbeda untuk memperoleh kesimpulan yang objektif dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik. Selain itu, peneliti juga melakukan kritik sumber untuk memastikan bahwa data yang digunakan berasal dari referensi yang kredibel dan relevan dengan topik penelitian. Langkah ini penting dalam penelitian kepustakaan agar hasil penelitian tidak bias dan memiliki dasar ilmiah yang kuat (Yusuf, 2020).

Penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan analisis yang komprehensif mengenai perbandingan akad *ijārah* dan *ju'ālah* serta relevansinya terhadap perkembangan ekonomi kontemporer. Pendekatan ini juga memungkinkan peneliti untuk memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam pengembangan fiqh muamalah yang lebih adaptif terhadap dinamika pemasaran digital (Rahman, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kerangka Konseptual *Ijārah* dan *Ju'ālah*

Akad *ijārah* dan *ju'ālah* merupakan dua instrumen penting dalam fiqh muamalah yang sama-sama berkaitan dengan pemberian imbalan atas suatu pekerjaan atau manfaat, namun memiliki karakteristik konseptual yang berbeda secara mendasar. *Ijārah* dipahami sebagai akad pemindahan manfaat atas suatu barang atau jasa dengan imbalan yang telah ditentukan sejak awal, sedangkan *ju'ālah* merupakan akad pemberian imbalan yang dikaitkan dengan tercapainya suatu hasil tertentu yang belum pasti. Perbedaan ini menunjukkan bahwa fiqh Islam telah menyediakan variasi akad untuk mengakomodasi berbagai kebutuhan transaksi manusia (Zakaria & Nuraeni, 2022).

Secara konseptual, *ijārah* menekankan pada kepastian (certainty) dalam akad, baik dari segi objek, waktu, maupun besaran upah. Hal ini menjadikan *ijārah* sebagai akad yang bersifat mengikat sejak awal dan memberikan perlindungan hukum yang kuat bagi kedua belah pihak. *Ijārah* banyak digunakan dalam transaksi sewa menyewa maupun jasa profesional karena sifatnya yang stabil dan dapat diprediksi. Karakteristik ini menjadikan *ijārah* sebagai akad yang dominan dalam lembaga keuangan syariah (Ilyas & Abbas, 2025).

Sebaliknya, *ju'ālah* memiliki karakteristik yang lebih fleksibel karena tidak mensyaratkan kepastian hasil di awal akad. Imbalan dalam *ju'ālah* hanya diberikan apabila hasil yang diharapkan berhasil dicapai, sehingga akad ini bersifat result-oriented. Fleksibilitas ini menjadikan *ju'ālah* cocok untuk pekerjaan yang tidak dapat dipastikan keberhasilannya, seperti sayembara, pencarian barang hilang, atau sistem reward berbasis kinerja. Dengan demikian, *ju'ālah* mencerminkan pendekatan hukum Islam yang adaptif terhadap ketidakpastian (Al-Faizin et al., 2024).

Dari segi rukun dan syarat, *ijārah* memiliki ketentuan yang lebih ketat dibandingkan *ju'ālah*. Dalam *ijārah*, objek manfaat harus jelas, waktu pelaksanaan harus ditentukan, dan upah harus diketahui secara pasti. Sementara itu, dalam *ju'ālah*, beberapa unsur tersebut dapat bersifat fleksibel, terutama terkait dengan pelaku pekerjaan dan tingkat keberhasilan

hasil. Hal ini menunjukkan bahwa ju'alah memberikan ruang yang lebih luas terhadap dinamika transaksi, meskipun tetap berada dalam koridor syariah (Zakaria & Nuraeni, 2022).

Dalam fikih muamalah, perbedaan mendasar antara akad ju'alah dan ijarah terletak pada konsep pemenuhan manfaat (*istifā' al-manfa'ah*) serta implikasi hukumnya terhadap hak dan kewajiban para pihak (Rohim & Fadhil, 2025). Pada akad ju'alah, pemenuhan manfaat dianggap tercapai secara sempurna hanya ketika pekerjaan yang dijanjikan benar-benar berhasil diselesaikan sesuai tujuan akhir yang telah ditetapkan. Dengan kata lain, orientasi ju'alah bersifat *result-oriented*, sehingga kompensasi (*ju'l*) hanya diberikan apabila hasil yang diharapkan telah terwujud secara nyata, seperti sembuhnya penyakit atau ditemukannya barang yang hilang. Sebaliknya, dalam akad ijarah, pemenuhan manfaat dapat diukur berdasarkan proses atau usaha yang telah dilakukan (*effort-based*), sehingga meskipun pekerjaan belum mencapai hasil akhir yang diinginkan, pekerja tetap berhak memperoleh upah (*ujrah*) secara proporsional sesuai dengan kadar pekerjaan yang telah dilaksanakan (Kamil, 2025)

Integrasi antara dinamisasi hukum dan tradisi intelektual mazhab merupakan keniscayaan dalam perumusan hukum Islam. Dengan merujuk pada konstruksi berpikir para fuqahā' mengenai Ijarah dan Ju'alah, pengembangan hukum ekonomi syariah dapat dilakukan secara terukur tanpa kehilangan substansi orisinalitasnya kerna mempunyai corak di setiap ijtihadnya (Dahlan, A. 2017)

Pandangan Mazhab Hanafi, melihat sebuah validitas kontrak sangat bergantung pada eliminasi *gharar* (ketidakpastian) (Fikri, M. A. 2019). Mazhab ini menempatkan Ijarah sebagai standar tunggal dalam transaksi jasa, di mana objek pekerjaan (*al-ma'jur*) dan imbalan (*al-ujrah*) wajib terdefinisi secara presisi di awal akad. Konsekuensinya, mayoritas ulama Hanafi memandang Ju'alah sebagai kontrak yang tidak sah secara hukum (*fasid*). Penolakan ini didasarkan pada argumentasi bahwa Ju'alah mengandung spekulasi tinggi, pekerja tidak memiliki jaminan atas keberhasilan tugasnya, sementara pemberi tugas tidak memiliki kepastian atas selesainya pekerjaan. Dalam perspektif ini, perlindungan terhadap harta (*hifz al-mal*) dilakukan dengan menutup celah sengketa yang diakibatkan oleh ketidakjelasan prestasi dalam kontrak

Berbeda dengan pendekatan formalistik Hanafi, menurut Mazhab Maliki mengadopsi pendekatan yang lebih sosiologis (Hassan, R., et al. 2015). Imam Malik dan pengikutnya mengakui legalitas Ju'alah dengan bersandar pada prinsip *maslahah mursalah* dan kebutuhan riil masyarakat yang tidak selalu bisa diakomodasi oleh kekakuan Ijarah. Imam Maliki memberikan distingsi bahwa jika Ijarah bersifat lazim (mengikat) sejak awal, maka Ju'alah memiliki sifat transisi. Keunikan perspektif Maliki terletak pada perlindungan hak pekerja, mereka berpendapat bahwa jika seorang pekerja telah memulai tugas dalam kontrak Ju'alah dan telah mengeluarkan upaya yang signifikan, maka pemberi tugas tidak diizinkan membatalkan kontrak secara sepihak. Hal ini mencerminkan prinsip keadilan komutatif agar tidak ada pihak yang dirugikan secara sepihak (*la darar wa la dirar*).

Sementara Mazhab Syafi'i mengonstruksi kedua akad ini dalam kategori hukum yang berbeda namun komplementer. Dalam pandangan Syafi'iyah, Ijārah adalah akad standar yang harus memenuhi rukun-rukun yang ketat terkait durasi dan beban kerja (Al-Faizin et al., 2024). Namun, mereka menyadari adanya kondisi di mana hasil kerja (natijah) lebih esensial daripada durasi waktu. Oleh karena itu, Syafi'iyah melegitimasi Ju'ālah melalui jalur rukhsah (dispensasi hukum) yang disandarkan pada dalil Al-Qur'an (Surah Yusuf: 72).

قَالُوا نَفَقْدُ صَوَاعَ الْمَلِكِ وَلَمَنْ جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ

Mereka menjawab, "Kami kehilangan cawan raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh (bahan makanan seberat) beban unta dan aku jamin itu. (Surat Yusuf ayat 72)

Dalam konstruksi Syafi'i, Ju'ālah bersifat ja'iz (non-obligator), di mana para pihak memiliki fleksibilitas untuk membatalkan akad sebelum pekerjaan tuntas. Perbedaan mendasar yang ditekankan adalah pada titik beratnya. Ijārah berorientasi pada proses/usaha (manfa'ah), sedangkan Ju'ālah berorientasi sepenuhnya pada capaian akhir (achievement). Adapun Mazhab Hanbali memberikan ruang lingkup yang paling luas bagi pemberlakuan kedua akad ini. Berdasarkan kaidah "al-ashlu fil-uqud al-ibahah" (hukum asal kontrak adalah boleh), Hanbaliyah memandang bahwa batasan antara Ijārah dan Ju'ālah bersifat fleksibel selama terdapat keridaan dari kedua belah pihak (an-taradin) (Anwar, S. 2010).

Ibnu Taimiyah dan Ibnu Qayyim dari kalangan Hanbaliyah berargumen bahwa gharar yang terdapat dalam Ju'ālah adalah gharar yasir (minor) yang ditoleransi karena tuntutan ekonomi. Perspektif ini sangat relevan dengan ekonomi kontemporer, di mana Ju'ālah dipandang sebagai instrumen insentif yang mampu mendorong produktivitas tanpa menciptakan beban finansial tetap (fixed cost) bagi pemberi kerja jika hasil yang diinginkan tidak tercapai (Fadhil, 2025).

Relevansi terhadap Praktik Pemasaran Digital di Era Kontemporer

Perkembangan ekonomi kontemporer yang ditandai dengan digitalisasi dan globalisasi telah mengubah secara signifikan pola transaksi ekonomi, termasuk dalam konteks ekonomi Islam. Transformasi ini menuntut adanya adaptasi terhadap instrumen akad yang digunakan dalam fiqh muamalah agar tetap relevan dengan kebutuhan zaman. Dalam hal ini, prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam seperti keadilan, transparansi, dan keberkahan tetap menjadi fondasi utama dalam menghadapi perubahan tersebut. Oleh karena itu, akad ijārah dan ju'ālah perlu dikaji kembali relevansinya dalam konteks ekonomi modern yang dinamis (Nafisa et al., 2025).

Akad ijārah masih memiliki peran yang signifikan dalam perkembangan ekonomi kontemporer, khususnya dalam layanan berbasis jasa yang terstruktur seperti transportasi online, penyewaan aset digital, dan layanan profesional berbasis kontrak. Karakteristik ijārah yang menekankan kepastian upah dan kejelasan objek menjadikannya sesuai untuk transaksi yang membutuhkan stabilitas dan kepastian hukum. Hal ini menunjukkan bahwa ijārah tetap

relevan dalam ekonomi modern, meskipun memerlukan penyesuaian terhadap perkembangan teknologi (Nafisyah & Sapa, 2024).

Didalam perkembangan ekonomi kontemporer yang semakin mengarah pada model berbasis platform (platform economy) dan gig economy menunjukkan bahwa tidak semua transaksi dapat diakomodasi oleh akad yang berbasis kepastian seperti *ijārah* (Fadhil & Mukhlas, 2025). Banyak pekerjaan modern yang berbasis hasil dan tidak dapat dipastikan sejak awal, seperti freelance, konten digital, dan sistem berbasis insentif. Dalam konteks ini, akad *ju'ālah* menjadi lebih relevan karena fleksibilitasnya dalam mengakomodasi ketidakpastian hasil (Amelty et al., 2022).

Perkembangan teknologi seperti fintech syariah, e-commerce halal, dan digital banking telah membuka peluang baru dalam implementasi akad-akad Islam. Transformasi ini memungkinkan integrasi antara prinsip *maqāṣid al-sharī'ah* dengan inovasi teknologi, sehingga menciptakan sistem ekonomi yang lebih efisien dan inklusif. Dalam hal ini, baik *ijārah* maupun *ju'ālah* dapat diadaptasi dalam berbagai produk keuangan digital yang sesuai dengan prinsip syariah (Oktaviana & Sulistiyah, 2025).

Relevansi akad *ju'ālah* dalam ekonomi kontemporer semakin terlihat dalam sistem berbasis insentif dan kompetisi, seperti reward system, program afiliasi, dan inovasi digital berbasis kinerja. Model ini banyak digunakan dalam dunia bisnis modern untuk meningkatkan produktivitas dan inovasi. Dengan demikian, *ju'ālah* dapat dianggap sebagai akad yang memiliki potensi besar dalam mendukung ekonomi berbasis kreativitas dan inovasi (Nawasabila et al., 2025).

Penerapan prinsip *maqāṣid al-sharī'ah* dalam ekonomi digital menunjukkan bahwa kedua akad tersebut dapat berkontribusi dalam menciptakan sistem ekonomi yang berkelanjutan. Digitalisasi ekonomi Islam tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, tetapi juga untuk memastikan bahwa setiap transaksi tetap berada dalam koridor keadilan dan kemaslahatan. Dalam hal ini, *ijārah* berperan dalam menjaga stabilitas, sementara *ju'ālah* mendorong inovasi (Melzatia et al., 2025).

Di sisi lain, ekonomi digital juga menghadirkan tantangan baru, seperti potensi *gharar* (ketidakpastian), penipuan digital, dan ketimpangan akses teknologi. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi dan pengawasan berbasis syariah agar implementasi akad *ijārah* dan *ju'ālah* tidak menyimpang dari prinsip-prinsip Islam. Hal ini menunjukkan bahwa relevansi kedua akad tidak hanya bergantung pada fleksibilitasnya, tetapi juga pada kemampuan sistem hukum Islam dalam mengatur dan mengawasi praktik ekonomi modern (Nafisyah & Sapa, 2024).

Lebih jauh lagi, perkembangan ekonomi kontemporer juga menunjukkan adanya peningkatan peran teknologi dalam distribusi keuangan sosial Islam, seperti zakat dan wakaf digital. Digitalisasi ini memungkinkan distribusi dana yang lebih efektif dan tepat sasaran, sehingga mendukung tujuan *maqāṣid al-sharī'ah* dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam konteks ini, akad-akad seperti *ju'ālah* dapat digunakan sebagai instrumen insentif dalam pengelolaan dana sosial Islam (Munifatussaidah et al., 2024).

Relevansi akad *ijārah* dan *ju'ālah* dalam ekonomi kontemporer menunjukkan bahwa keduanya memiliki peran strategis dalam menghadapi perubahan ekonomi modern. *Ijārah* tetap relevan dalam transaksi yang membutuhkan kepastian dan stabilitas, sementara *ju'ālah* lebih adaptif terhadap sistem ekonomi yang berbasis hasil dan inovasi. Oleh karena itu, integrasi keduanya dalam sistem ekonomi modern dapat menciptakan keseimbangan antara stabilitas dan fleksibilitas, sehingga mampu mewujudkan sistem ekonomi Islam yang lebih adaptif, inklusif, dan berorientasi pada kemaslahatan (Nafisa et al., 2025).

Konstruksi Akad *Ijārah* dan *Ju'ālah* serta Aplikasinya dalam Sistem Afiliator Digital di Era Kontemporer

Dalam ekosistem e-commerce modern, afiliator muncul sebagai salah satu aktor penting yang menjembatani hubungan antara produsen dan konsumen. Mereka bukan penjual langsung, tetapi berperan sebagai perantara pemasaran digital yang memanfaatkan konten, media sosial, dan teknologi untuk memengaruhi keputusan pembelian (Marwah et al., 2025). Melalui tautan khusus affiliate link, kode promo, atau fitur keranjang digital, afiliator memperoleh komisi dari setiap transaksi yang berhasil mereka dorong.

Fenomena ini berkembang pesat seiring hadirnya platform seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok yang menyediakan sistem afiliasi terintegrasi. Platform-platform ini tidak hanya mempertemukan penjual dan pembeli, tetapi juga membuka ruang bagi individu untuk menjadi bagian dari rantai distribusi tanpa harus memiliki produk sendiri. Dengan demikian, afiliator menjadi simbol dari demokratisasi ekonomi digital di mana siapa pun dapat berpartisipasi dalam aktivitas ekonomi dengan modal yang relatif kecil.

Secara ekonomi, afiliator menjalankan fungsi penting dalam value chain, khususnya pada aspek pemasaran dan distribusi informasi. Mereka membantu meningkatkan visibilitas produk, membangun kepercayaan melalui konten, serta mempercepat proses pengambilan keputusan konsumen (Algifari & Andrini, 2024). Dalam banyak kasus, afiliator bahkan lebih efektif dibanding iklan konvensional karena pendekatan mereka yang lebih personal, komunikatif, dan berbasis pengalaman.

Terdapat dua kerangka utama yang dapat dijalankan oleh seorang afiliator dalam praktik e-commerce, yaitu sebagai endorsement dan sebagai e-marketing (affiliate marketing berbasis komisi) (Isnan et al., 2026). Keduanya sering berjalan bersamaan, namun memiliki karakter, mekanisme, dan konsekuensi yang berbedabek secara ekonomi maupun dalam perspektif syariah.

Pertama, kedudukan afiliator sebagai *endorser* atau pemengaruh (*influencer*). Dalam kerangka kerja ini, afiliator berperan sebagai pihak yang menjual pengaruh atau *influence* melalui konten kreatif yang diproduksi dan didistribusikan kepada audiens. Kompensasi finansial yang diterima oleh afiliator biasanya berasal dari *brand* atau pemilik produk untuk mempromosikan barang atau jasa tertentu, umumnya dalam bentuk biaya tetap (*fixed fee*) atau pembayaran di muka berdasarkan kesepakatan.

Relasi hukum dan ekonomi dalam pola ini lebih dekat dengan karakteristik akad *ijārah*. Hal ini dikarenakan objek akad (*ma'qud 'alaih*) yang diperjualbelikan adalah jasa pembuatan konten, tenaga, serta eksposur audiens (*reach and engagement*), dan bukan merupakan hasil akhir berupa transaksi penjualan.

Dampak dari penerapan akad *ijārah* ini adalah afiliator tetap berhak menerima pembayaran penuh atas jasa yang diberikan, meskipun promosi tersebut tidak menghasilkan konversi penjualan pada tingkat tertentu. Dalam posisi ini, tanggung jawab utama afiliator bertumpu pada pemenuhan spesifikasi pekerjaan (*kifayah*), yang meliputi menjaga kualitas konten yang disajikan, memelihara kredibilitas, serta mempertahankan tingkat kepercayaan audiens yang telah dibangun.

Kedua, kedudukan afiliator sebagai *e-marketer* atau pemasar digital yang berorientasi pada kinerja (*performance-based marketing*). Dalam kerangka kerja ini, kompensasi finansial yang diterima oleh seorang afiliator tidak diberikan atas dasar produksi atau distribusi konten semata, melainkan didasarkan pada *output* atau hasil akhir yang konkret, yaitu terjadinya transaksi penjualan. Mekanisme kerja ini dioperasikan melalui sistem komisi yang terukur, yang biasanya memanfaatkan *affiliate link* (tautan afiliasi), kode promo (*promo code*), atau berbagai fitur digital lain yang disediakan oleh platform *e-commerce*.

Pola hubungan kerja sama ini sangat dekat dengan karakteristik akad *ju'alah*. Hal ini disebabkan karena unsur imbalan atau *ujrah* hanya akan diberikan kepada afiliator apabila target atau prestasi (*natijah*) yang diharapkan telah berhasil dicapai.

Konsekuensi dari penerapan mekanisme berbasis hasil (*outcome-based*) ini adalah terjadinya pemindahan risiko operasional dan finansial kepada pihak afiliator. Afiliator menanggung beban kerja sekaligus risiko pasar; artinya, apabila upaya pemasaran tidak menghasilkan konversi atau penjualan, maka afiliator tidak akan memperoleh pendapatan atau komisi sama sekali. Namun, di sisi lain, sistem ini menawarkan proposisi nilai yang sepadan (*risk-return trade-off*), di mana potensi keuntungan yang diperoleh afiliator akan jauh lebih besar dan proporsional seiring dengan tingginya tingkat performa dan efektivitas pemasaran yang mereka hasilkan.

Sehingga yang perlu menjadi perhatian adalah Ketika kedua kerangka ini dijalankan secara bersamaan sehingga ini menjadi konsep hybrid, di mana afiliator mendapatkan fee tetap sebagai endorser sekaligus komisi sebagai *e-marketer*. Secara ekonomi, ini menciptakan insentif ganda, stabilitas pendapatan dari endorsement dan peluang peningkatan penghasilan dari performa penjualan. Namun, di balik itu terdapat konsekuensi yang lebih kompleks. pendapatan yang tidak tetap, ketergantungan pada algoritma platform, Afiliator bekerja secara mandiri, mengandalkan kreativitas dan konsistensi untuk menghasilkan konversi. Hal ini menuntut kemampuan adaptasi yang tinggi sekaligus membuka peluang ketimpangan antara mereka yang berhasil dan yang tidak.

Praktik afiliator juga dapat dipahami sebagai bentuk modern dari perantara atau akad berbasis hasil seperti *ju'alah*, bahkan dalam beberapa kasus berpadu dengan *ijarah*. Oleh

karena itu, keabsahannya bergantung pada terpenuhinya prinsip-prinsip dasar muamalah seperti kejelasan akad, kejujuran dalam promosi, serta tidak adanya unsur yang dilarang seperti penipuan (*tadlis*) atau ketidakjelasan (*gharar*) (Algifari & Andrini, 2024).

Yang menjadi tantangan utama dalam praktik afiliator adalah etika promosi. Karena dorongan untuk mendapatkan komisi, tidak sedikit afiliator yang terjebak pada hiperbola, manipulasi informasi, atau menyembunyikan kekurangan produk (Hasan et al., 2026). Dalam perspektif syariah, praktik seperti ini tidak hanya merusak kepercayaan pasar, tetapi juga mencederai nilai keadilan dan amanah yang menjadi fondasi ekonomi Islam.

Sehingga perlu di pahami afiliator dalam e-commerce bukan sekadar fenomena tren digital, tetapi merupakan bentuk baru dari aktivitas ekonomi yang memiliki potensi besar dalam pemberdayaan masyarakat. Namun, agar potensi tersebut benar-benar membawa manfaat, praktik ini harus dijalankan dengan landasan etika yang kuat menggabungkan profesionalitas digital dengan nilai-nilai kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab. Di sinilah ekonomi syariah memberikan arah, bahwa setiap aktivitas ekonomi tidak hanya dinilai dari keuntungan, tetapi juga dari keberkahan dan kemaslahatan yang dihasilkannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa akad *ijārah* dan *ju'ālah* merupakan dua instrumen penting dalam fikih muamalah yang memiliki karakteristik berbeda namun bersifat komplementer. *Ijārah* menekankan aspek kepastian dalam objek, waktu, dan imbalan, sehingga memberikan jaminan stabilitas serta perlindungan hukum bagi para pihak. Sementara itu, *ju'ālah* menawarkan fleksibilitas karena berbasis pada pencapaian hasil, sehingga lebih adaptif terhadap kondisi ekonomi yang dinamis dan mengandung ketidakpastian, seperti dalam sistem berbasis kinerja (*performance-based system*).

Dalam konteks ekonomi digital, khususnya praktik afiliator dalam e-commerce dan *gig economy*, kedua akad ini tidak hanya hadir secara terpisah, tetapi juga mengalami hibridisasi (*hybrid contract*). Afiliator dapat berperan sekaligus sebagai endorser yang menerima imbalan tetap (*ijārah*), dan sebagai e-marketer yang memperoleh komisi berbasis hasil (*ju'ālah*). Model ini menunjukkan bahwa transformasi ekonomi digital pada dasarnya merupakan kelanjutan dari prinsip-prinsip muamalah klasik yang dikontekstualisasikan dalam bentuk baru. Namun demikian, fleksibilitas tersebut menuntut kejelasan akad, transparansi mekanisme, serta kepastian hak dan kewajiban untuk menghindari unsur *gharar* (ketidakjelasan).

Praktik afiliator tidak hanya memiliki dimensi ekonomi, tetapi juga dimensi etika. Dalam posisi sebagai endorser maupun e-marketer, afiliator dituntut untuk menjaga integritas dalam promosi, tidak melakukan manipulasi informasi, serta tidak menyembunyikan cacat produk. Pelanggaran terhadap prinsip ini tidak hanya berdampak pada kerugian konsumen, tetapi juga dapat merusak keabsahan moral akad, bahkan berpotensi mengarah pada praktik yang dilarang seperti *tadlis* (penipuan) dan *gharar*.

Sehingga penelitian ini menegaskan bahwa integrasi antara akad *ijārah* dan *ju'ālah* dalam praktik afiliator merupakan bentuk adaptasi fikih muamalah terhadap perkembangan

ekonomi kontemporer. Novelty penelitian ini terletak pada analisis hibridisasi akad dalam konteks gig economy, yang tidak hanya dikaji secara konseptual, tetapi juga dikaitkan dengan praktik nyata dalam ekosistem e-commerce. Oleh karena itu, optimalisasi penggunaan kedua akad ini baik secara terpisah maupun dalam bentuk kombinasi perlu diiringi dengan penguatan aspek regulasi, kejelasan akad, dan etika bisnis, agar mampu mendukung pengembangan ekonomi syariah yang adaptif, adil, dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kontribusi dalam penyelesaian penelitian ini. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada STISNU Nusantara Tangerang atas dukungan institusional, fasilitas akademik, serta lingkungan ilmiah yang kondusif selama proses penelitian dan penulisan berlangsung.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang tulus kepada para reviewer Jurnal Al-Kainah atas komentar yang berharga, saran yang konstruktif, serta masukan yang sangat membantu dalam meningkatkan kualitas dan ketajaman analisis naskah ini. Apresiasi juga disampaikan kepada para dosen, pembimbing, serta rekan-rekan akademisi yang telah memberikan arahan, diskusi ilmiah, dan motivasi selama proses penyusunan penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Al-Faizin, A., et al. (2024). Studi komparasi akad ijarah dan ju'alah serta aplikasi keduanya dalam ekonomi modern. *Jurnal Ekonomi Islam*, 15(2). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/15582>
- Amelty, L., Khotijah, S. A., & Sobirov, B. (2022). Relevance of the implementation and response of sharia economy in the digitalization of e-commerce transactions in Indonesia. *Imara: Jurnal Riset Ekonomi Islam*, 6(1). <https://doi.org/10.31958/imara.v6i1.5682>
- Auda, J. (2021). Maqasid al-shariah sebagai pendekatan sistem dalam hukum Islam. *Ahkam: Jurnal Ilmu Syariah*, 21(2). <https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/ahkam/article/view/21000>
- Fadhil, F. (2025). Pengembangan hukum Islam tentang inovasi financial technology. *Hikamuna: Jurnal Kajian Hukum Islam*. <https://journal.ptnutangerang.ac.id/index.php/hikamuna/article/view/328>
- Fadhil, F., & Mukhlas, O. S. (2025). Analisis akad hibah terhadap surplus underwriting dana tabarru pada asuransi syariah. *Journal of Islamic Business and Management Studies*. <https://jurnal.idaqu.ac.id/index.php/jibms/article/view/800>
- Hadi, S. (2021). Metodologi penelitian kepustakaan dalam studi Islam. *Jurnal Penelitian*, 15(2). <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/jurnalPenelitian/article/view/12457>
- Ilyas, M., & Abbas, A. (2025). Implementasi akad ijarah dalam lembaga keuangan syariah kontemporer. *Fuqaha: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 11(1). <https://journal.ar-raniry.ac.id/index.php/fuqaha/article/view/9863>
- Irfani, M., & Mun'im, A. (2025). Analisis pertumbuhan pembiayaan ijarah pada bank syariah Indonesia periode 2021–2023. *Maftukhah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1). <https://ejournal.iaikhozin.ac.id/index.php/maftukhah/article/view/598>

- Kamil, M. (2025). Analisis distribusi risiko dalam akad ju'alah dan ijarah dalam perspektif ekonomi Islam. *Hamfara: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(1). <https://journal.hamfara.com/hamfara/article/view/9>
- Kusuma, A., et al. (2023). Tinjauan kaidah fiqh ju'alah dan maisyir dalam perspektif ekonomi Islam. *Eco-Iqtishodi: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 5(2). <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/ecoiqtishodi/article/view/4018>
- Liana, D. (2024). Aplikasi akad ijarah dalam layanan pembiayaan gadai syariah. *Al-Iqtishad: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1). <https://ejournalqarnain.stisnq.ac.id/index.php/AI/article/view/918>
- Malik, M., et al. (2020). Pergeseran paradigma ijarah dalam fatwa ekonomi DSN-MUI. *Millah: Jurnal Studi Agama*, 19(2). <https://journal.uui.ac.id/Millah/article/view/13582>
- Melzattia, S., Mahroji, M., Setiono, K. Y., & Daryanto, E. (2025). Digitalisation of Islamic economy and maqasid sharia for social resilience and welfare. *Jurnal Lemhannas RI*, 13(1). <https://doi.org/10.55960/jlri.v13i1.1153>
- Munifatussaidah, A., Zahara, J. N., Resiana, R. S., & Ningsih, L. A. (2024). Driving regional economy: Digital technology adoption's role for effective distribution of Islamic social finance in Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 25(2). <https://doi.org/10.18196/jesp.v25i2.23838>
- Nafisa, Z. K., Aqwam, M. F. R., Firmansyah, R., Fatmawati, F. D., Salsabila, N., Pratasya, A. Z., & Waluyo. (2025). Relevansi konsep ekonomi Islam dalam era digital. *Musyitari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 17(7), 41–50. <https://doi.org/10.2324/4y3cva28>
- Nafisya, Z. A., & Sapa, N. (2024). Implikasi hukum Islam terhadap transaksi ekonomi digital. *Media Hukum Indonesia*. <https://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/MHI/article/view/2603>
- Nawasabila, M., Safira, N. L., Al Ghifari, M. Z., Ramadhana, G. A. O., & Hidayati, A. N. (2025). Digitalisasi ekonomi syariah: Peluang dan strategi pengembangan dalam perspektif Islam. *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah dan Akuntansi*, 2(6). <https://doi.org/10.61132/jies.v2i6.1831>
- Novandika, R., & Zen, Z. (2025). Implementasi akad ijarah dalam ekonomi digital berbasis platform. *Jurnal Muamalah dan Digitalisasi Ekonomi*, 3(1). <https://ejournal.iainptk.ac.id/index.php/j-md/article/view/5081>
- Oktaviana, H., & Sulistiyah. (2025). Transformasi ekonomi syariah di Indonesia pada era digital: Analisis integrasi inovasi teknologi dan prinsip maqasid al-syari'ah. *Eshraq: Journal of Islamic Studies*. <https://ejournal.epistemeacademia.org/index.php/EJIS/article/view/44>
- Rahman, F. (2023). Pengembangan metodologi penelitian hukum Islam kontemporer. *Al-Istinbath: Jurnal Hukum Islam*, 8(1). <https://journal.iaincurup.ac.id/index.php/Alistinbath/article/view/5093>
- Ridwan, M. (2022). Analisis metode komparatif dalam penelitian hukum Islam. *Ijtihad: Jurnal Wacana Hukum Islam*, 22(1). <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/ijar/article/view/18012>
- Rohim, A., & Fadhil, F. (2025). Analisis hukum Islam mengenai akad IMBT pada praktik leasing dalam pembelian kendaraan. *MIM: Jurnal Kajian Hukum Islam*. <https://ejournal.stai-mifda.ac.id/index.php/jmkhi/article/view/1468>

- Sari, M., & Asmendri. (2020). Penelitian kepustakaan (library research) dalam penelitian pendidikan. *Al-Fikrah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 5(2). <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/alfikrah/article/view/2280>
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kualitatif untuk penelitian sosial*. Digilib UIN Sunan Gunung Djati. <https://digilib.uinsgd.ac.id/40781/>
- Yusuf, A. M. (2020). Teknik triangulasi dalam penelitian kualitatif. *Sosiologi Reflektif*, 14(2). <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/sls/article/view/14012>
- Zakaria, Z., & Nuraeni, N. (2022). Akad ijarah dan ju'alah dalam perspektif fiqh perbandingan. *Iqtishadi: Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(1). <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/iqthisadi/article/view/31060>
- Zaluchu, S. E. (2020). Strategi penelitian kualitatif dan kuantitatif dalam penelitian agama. *Epigraphe: Jurnal Teologi dan Pelayanan Kristiani*, 4(1). <https://ejournal.stt-tawangmangu.ac.id/index.php/epigraphe/article/view/47>
- Zulfa, R., et al. (2024). Pengaruh akad ijarah terhadap stabilitas industri keuangan syariah. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi dan Ekonomi*, 4(2). <https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/8031>