

LEX READ

Ulasan Drama:

ONE CENT
THIEF

**NAFKAH ISTERI
BERAS AKU BELI**

Fatin Hayati

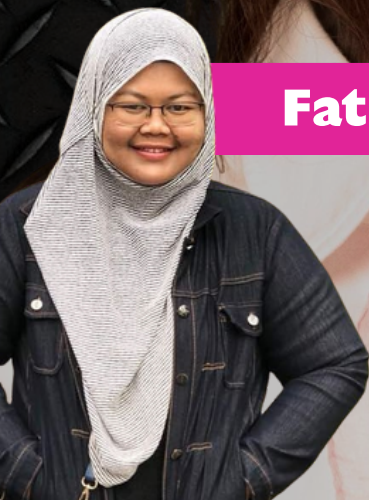
Menulis:

*Santai Harum Manis:
Literasi Undang-Undang
Jenayah*

JUU LEX READ



eISSN 2811-3462



PEMASARAN AFFILIATE MENURUT PERSPEKTIF UNDANG-UNDANG DI MALAYSIA

Oleh: Nor Laila, Ahmad &
Noorsaliza Amin Nudin
(nortalaahmad@uitmedumy) &
(noorsalza9848@uitmedumy)



PENGENALAN



Pemasaran affiliate melalui platform Tiktok, Shopee dan Lazada merupakan salah satu bentuk pemasaran digital yang tidak asing lagi di Malaysia. Ia semakin mendapat tempat terutamanya dalam kalangan usahawan kecil mahupun besar, pengengaruh media sosial dan juga selebriti tanah air. Pemasaran affiliate ialah dimana seseorang individu atau syarikat mempromosikan produk atau perkhidmatan pihak ketiga dan memperoleh komisen berdasarkan hasil jualan yang dijana melalui pautan khas yang dikongsi oleh mereka.

Walaupun pemasaran affiliate menawarkan peluang keuntungan yang menarik, namun masih ramai lagi yang tidak menyedari aktiviti ini juga sebenarnya tertakluk kepada pelbagai peruntukan undang-undang. Kegagalan mematuhi aspek perundangan ini boleh mengundang pelbagai risiko seperti penipuan atas talian, penyebaran maklumat yang tidak tepat, serta pelanggaran terhadap privasi dan data peribadi pengguna.

Justeru, artikel ini akan membincangkan perspektif undang-undang yang melibatkan tanggungjawab pihak affiliate, kepentingan kontrak yang jelas, dan juga pematuan terhadap akta-akta utama seperti Akta Perlindungan Pengguna 1999, Akta Komunikasi dan Multimedia 1988 dan Akta Perdagangan Elektronik 2006.



Sebagai pemasar affiliate, terdapat beberapa persetujuan mahupun perjanjian dengan penjual atau syarikat yang menawarkan pemasaran affiliate. Perjanjian ini kebanyakannya tertakluk kepada syarat-syarat yang telah dipersetujui bersama termasuk tawaran komisen menerusi setiap hasil jualan.



Sebagai contoh, program affiliate menerusi Lazada telah menetapkan bahawa pemasar affiliate tidak boleh mengubah bahan iklan tanpa kebenaran, tidak boleh menggunakan kandungan yang melanggar undang-undang atau norma masyarakat, dan tidak boleh mencipta kekeliruan antara media affiliate dengan platform rasmi Lazada. Oleh itu adalah penting untuk pemasar affiliate memahami dan mematuhi terma dan syarat yang telah ditetapkan dalam perjanjian affiliate tersebut.

Selain itu, terdapat juga keperluan bagi menzahirkan hubungan komersial di antara pemasar affiliate dan penjual sesuatu produk. Di Malaysia khususnya, belum mempunyai garis panduan khusus mengenai penzahiran hubungan antara pemasar affiliate dan penjual, namun ini merupakan amalan terbaik bagi memastikan ketelusan dan mengukuhkan kepercayaan pengguna sesuatu produk.



Pemasar affiliate juga dipertanggungjawabkan untuk mencipta kandungan yang menarik dan informatif supaya ianya dapat menarik perhatian pengikut di laman media sosial seterusnya membuat pembelian melalui pautan yang disediakan. Kandungan seperti video beserta ulasan yang jujur dapat memberikan nilai tambah kepada pengguna dan secara tidak langsung meningkatkan hasil jualan melalui pemasaran affiliate. Kandungan yang dicipta juga perlulah mengikut etika dan peraturan dalam pemasaran affiliate.

Oleh itu, pemasar affiliate tidak boleh menggunakan teknik penipuan atau scam kerana ini boleh merosakkan reputasi pemasar affiliate dan juga menjejaskan kepercayaan bakal pembeli. Oleh hal yang demikian, sebelum berhasrat untuk mendaftarkan diri sebagai affiliate, seseorang itu haruslah memahami tanggungjawab yang bakal digalas sebagai pemasar affiliate. Pematuhan terhadap undang-undang sedia ada amat membantu untuk melindungi hak-hak pengguna dan seterusnya memastikan integriti dalam pemasaran.



PEMASARAN AFFILIATE MELALUI PERSPEKTIF UNDANG- UNDANG



Pemasaran affiliate boleh dianggap sebahagian daripada rantaian perniagaan. Oleh itu, sebarang kandungan promosi yang dilakukan oleh pemasar affiliate mestilah tidak mengelirukan, palsu atau menipu pengguna. Sebagai contoh, pemasar affiliate yang menyatakan kandungan sesuatu produk seperti “produk ini dijamin dapat menyembuhkan penyakit kronik” tetapi tiada bukti saintifik yang sah. Sudah tentu kenyataan ini boleh mengelirukan pengguna.

Walaupun Akta Perlindungan Pengguna 1999 tidak menyebut pemasar affiliate secara spesifik, namun tanggungjawab yang berkait secara tidak langsung tetap wujud. Seksyen 10 daripada Akta tersebut menyatakan “adalah menjadi suatu kesalahan jika mana-mana pihak membuat representasi palsu atau mengelirukan dalam apa-apa iklan, promosi atau kenyataan bertulis berkaitan barang atau perkhidmatan.” Justeru, pemasar affiliate tidak seharusnya menghasilkan kandungan yang mengandungi maklumat palsu tentang produk atau menyembunyikan fakta penting demi mengaut komisen yang besar.

Tambahan lagi, Seksyen 10 Akta Perlindungan Pengguna 1999 juga menjelaskan “tiada sesiapa boleh dalam menjalankan perdagangan, membuat atau menyebabkan dibuat sebarang pengiklanan yang mengelirukan atau palsu.” Ini termasuk kandungan yang dicipta oleh pemasar affiliate mengandungi testimoni palsu, penggunaan gambar yang tidak menggambarkan produk sebenar, atau harga yang mengelirukan.

Selain itu, pemasar affiliate perlu mematuhi semua garis panduan dan piawaian etika yang telah ditetapkan oleh Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM) kerana semua kandungan iklan dan promosi yang dibuat adalah menerusi media sosial. Larangan terhadap kandungan dan iklan palsu atau tidak sesuai juga perlu diberi perhatian. Ini bertujuan untuk mengelakkan penyebaran maklumat yang tidak tepat demi memastikan komunikasi melalui elektronik tidak melanggar mana-mana undang-undang sedia ada.

Oleh itu, pematuhan kepada peruntukan di bawah Akta Komunikasi dan Multimedia 1988 adalah menjadi tanggungjawab semua pemasar affiliate yang menggunakan platform digital bagi tujuan pengiklanan produk. Merujuk kepada Seksyen 211 Akta tersebut, “tiada pemberi perkhidmatan aplikasi kandungan yang boleh memberikan kandungan yang sumbang, lucah, palsu, mengancam atau jelik sifatnya dengan niat untuk mengacau, mendera, mengugut atau mengganggu mana-mana orang”.



Berdasarkan peruntukan ini, SKMM amat melarang keras penyebaran kandungan yang mempunyai unsur palsu, mengelirukan, penipuan serta kandungan yang mempunyai unsur lucah, sumbang dan jelik.

Justeru, pemasar affiliate perlulah menghasilkan kandungan yang berkualiti demi mengelakkan kandungan yang boleh menimbulkan ketidakharmonian kaum, agama dan ketenteraman awam. Sekiranya berlaku pelanggaran kepada peruntukan tersebut, seseorang itu boleh disabitkan dengan denda tidak melebihi RM50,000 atau dipenjarakan selama tempoh tidak melebihi satu tahun atau kedua-duanya dan juga boleh didenda selanjutnya satu ribu ringgit bagi setiap hari atau sebahagian daripada sehari kesalahan itu diteruskan selepas pensabitkan.

Di samping itu, Akta Perdagangan Elektronik 2006 juga berperanan untuk mengawal selia urusan transaksi yang dijalankan atas talian atau melalui medium elektronik. Maka, Akta ini akan memberi kesan langsung kepada pemasaran affiliate yang melibatkan kandungan berbentuk promosi, komunikasi dan transaksi melalui medium digital seperti media sosial.

Seksyen 8 Akta tersebut menyatakan bahawa komunikasi komersial yang dihasilkan perlulah benar, tidak mengelirukan dan setiap kandungan boleh disahkan kesahihannya. Oleh itu, dalam konsep pemasaran affiliate, setiap kandungan yang dihasilkan perlu jelas khususnya apabila pemasar berkongsi pautan affiliate mengenai sesuai produk tersebut.

Seterusnya, bagi pemasar affiliate yang beragama Islam, adalah penting untuk memastikan bahawa aktiviti pemasaran affiliate yang dilakukan adalah selaras dengan prinsip Syariah. Kajian oleh Sulthonuddin dan Rahayu (2024) mendapati bahawa sistem affiliate yang dilaksanakan dalam platform seperti Shopee adalah dibenarkan menurut hukum Islam, dengan syarat bahawa akad antara pihak terlibat adalah jelas, tidak berlaku unsur penipuan atau ketidakpastian (gharar), dan maklumat yang disampaikan kepada pengguna mestilah telus.

Oleh itu, komisen yang diperoleh melalui pautan affiliate dianggap halal, selagi mana pemasar affiliate mematuhi prinsip kejujuran dan ketelusan dalam menyampaikan maklumat produk atau perkhidmatan.

RUMUSAN

Pemasaran affiliate sudah pastinya menawarkan peluang komisen yang tinggi dalam dunia digital. Walau bagaimanapun setiap pemasar affiliate perlu sentiasa peka akan tanggungjawab yang digalas serta mematuhi aspek undang-undang dan etika sedia ada. Pematuhan kepada undang-undang ini bukan hanya melindungi para pengguna media sosial, malah ianya akan turut menjaga reputasi pemasar affiliate itu sendiri. Sebagai pemasar affiliate, adalah wajar untuk mendapatkan pandangan dan nasihat daripada pakar undang-undang digital sebelum melibatkan diri secara serius dalam aktiviti pemasaran atas talian.

Selain itu, cadangan untuk mewujudkan garis panduan yang jelas bagi mengawasi kegiatan pemasar affiliate wajar diberikan perhatian serius oleh pihak berkepentingan. Perbincangan lebih mendalam mengenai bentuk garis panduan yang sesuai serta pelaksanaannya dalam konteks perundangan Malaysia juga amat diperlukan. Maka, sudah sampai masanya kajian khusus dijalankan bagi meneliti keperluan ini secara menyeluruh demi memastikan pemasaran affiliate berkembang secara mampan dan beretika.

RUJUKAN

Akta Komunikasi dan Multimedia 1998

Akta Perdagangan Elektronik 2006

Akta Perlindungan Pengguna 1999

Nawi, N. F., & Faizol, N. A. (2021). Examining Influencer Marketing Practices and Disclosure in Malaysia. *Environment-Behaviour Proceedings Journal*, 6(SI5), 87–93. <https://doi.org/10.21834/ebpj.v6iSI5.2941>

Sulthonuddin, B. H., & Rahayu, N. (2024). Prespektif Hukum Ekonomi Islam Tentang Sistem Afiliasi Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 34–48. <https://doi.org/10.37968/jhesy.v3i1.699>