

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang sudah diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

1. Mekanisme monetisasi yang ditawarkan oleh *platform TikTok* kepada kreator konten merupakan bentuk kompensasi atas performa video yang mereka hasilkan. Mekanisme pemberian kompensasi ini didasarkan pada sejumlah indikator seperti jumlah tayangan (*views*), tingkat interaksi (*engagement*), serta kepatuhan terhadap kebijakan komunitas. *TikTok creator fund* memiliki karakteristik pendapatan yang berfluktuasi layaknya pembagian kue harian, di mana nilai yang diterima kreator bergantung pada video yang diunggah pada hari tersebut serta kinerja platform secara keseluruhan. Setiap kreator memperoleh bagian sesuai dengan tingkat kontribusinya yang diukur melalui indikator penayangan, jumlah suka, frekuensi dibagikan, dan bentuk interaksi lainnya.
2. Berdasarkan perspektif fikih muamalah, Sistem *TikTok creator fund* menunjukkan pelanggaran terhadap prinsip ketauhidan, keadilan, saling menguntungkan, terhindar dari riba, serta jujur dan amanah dalam fikih muamalah. Pelanggaran prinsip ketauhidan tercermin pada absennya penerapan nilai-nilai ilahiah dalam pengelolaan monetisasi, khususnya terkait ketidakjelasan akad dan minimnya transparansi yang mengindikasikan lemahnya komitmen moral di hadapan Allah Swt. Prinsip keadilan terabaikan melalui mekanisme pembagian pendapatan yang bersifat fluktuatif tanpa formula terbuka, menimbulkan ketimpangan informasi, dan berpotensi merugikan pihak kreator. Prinsip saling menguntungkan tidak terpenuhi karena manfaat ekonomi lebih dominan dinikmati oleh pihak *platform* dibandingkan kreator yang telah memberikan kontribusi konten. Prinsip terhindar dari riba berpotensi dilanggar akibat pemberian kompensasi yang tidak sebanding dengan

nilai aktual karya, sehingga menciptakan ketidakseimbangan nilai tukar dalam transaksi. Prinsip jujur dan amanah tidak dijalankan karena pihak *platform* tidak memberikan informasi yang jelas, akurat, dan terbuka mengenai parameter penilaian performa serta algoritma yang berpengaruh langsung terhadap pendapatan kreator.

5.2. Saran

1. Disarankan kepada Pihak *TikTok* untuk melakukan reformulasi mekanisme kompensasi guna mengurangi fluktuasi yang berlebihan dan memberikan kepastian pendapatan bagi kreator. Formula perhitungan yang jelas, terukur, dan dapat diakses publik harus disusun agar setiap kreator memahami dasar penentuan kompensasi yang diterima. Transparansi terhadap variabel penilaian seperti jumlah tayangan, tingkat keterlibatan, dan durasi tonton perlu ditingkatkan sehingga kreator dapat menyesuaikan strategi konten secara efektif.
2. Penelitian ini juga menyarankan perbaikan sistem *TikTok creator fund* melalui penerapan mekanisme yang sesuai dengan prinsip-prinsip fikih muamalah, meliputi ketauhidan, keadilan, saling menguntungkan, terhindar dari riba, serta jujur dan amanah. Akad yang jelas dan transparan perlu disusun dengan memuat hak dan kewajiban kedua belah pihak secara rinci, disertai penjelasan terbuka mengenai formula perhitungan kompensasi untuk menghilangkan ketidakpastian dan mencegah gharar. Mekanisme distribusi pendapatan sebaiknya dirancang secara proporsional dengan kontribusi kreator, menjaga kesesuaian antara nilai tukar dan nilai karya yang dihasilkan sehingga terbebas dari praktik riba. Transparansi data dan parameter algoritmik yang memengaruhi pendapatan kreator wajib ditingkatkan sebagai wujud penerapan prinsip jujur dan amanah, sekaligus membentuk hubungan yang adil, setara, dan saling menguntungkan antara *platform* dan kreator.

DAFTAR PUSTAKA

Al Qur'an dan Terjemahannya

Ambarwati, Retnoning. 2025. "Pengaruh Ekonomi Kreator Digital Terhadap Pendapatan Generasi Z Di Perkotaan : Studi Di Tiktok Dan Youtube Indonesia." *Jurnal Edunomika* 09(03): 1-14.

Amu, Muhammad Raihan, and Nurlaila Isima. 2024. "Menjembatani Teknologi Dan Syariah: Tinjauan Hukum Islam Atas Monetisasi YouTube AdSense." *Journal of Islamic Economics Law* 4(1): 54-72. <http://journal.iain-manado.ac.id/index.php/JI>.

Arif, M Syaikhul. 2019. "Ju ' Alah Dalam Pandangan Islam." *Siyasah: Jurnal Hukum* 2(2): 26.

Arisman, and Rahman. 2025. "Content Monetisation in the Digital Age : A Maq ā ṣ Id Shar ī ' Ah Study of Youtube , Tiktok , and Facebook Revenues." *Al Tahrir Jurnal Pemikiran Islam* 25(1): 133-52. doi:10.21154/tahrir.v25i1.10400.

Darma, Selvia. 2023. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Lelang Barang Second Branded Secara Live Streaming Pada Aplikasi Tiktok."

Devi, Adella Aninda. 2022. "Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran." *Epistema* 3(1): 10-17. doi:10.21831/ep.v3i1.40990.

Gozali, Eldam. 2024. 15 Ayaḥ "Analisis Prinsip Ekonomi Syariah Terhadap Konten-Konten Aplikasi Tiktok."

Habibullah, Eka Sakti. 2018. "Prinsip-Prinsip Muamalah Dalam Islam." *Ad Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 2(01): 25. doi:10.30868/ad.v2i01.237.

Herlianti Marta, Nofaria, and Rezi Erdiansyah. 2024. "Optimalisasi Fitur TikTok Dan Implikasinya Pada Personal Branding." *Kiwari* 3(3): 505-11. doi:10.24912/ki.v3i3.32006.

Hidayah, Hairul. 2022. CV Alfa Press *Buku Ajar Fiqih Ibadah & Muamalah*. ed. Lalu Abdurahman Wahid. Lombok: CV Alfa Press.

Koko Khaerudin, and Hariman Surya Siregar. 2019. Pt Remaja Rosdakarya *Fiqh Mu'amalah Teori Dan Implementasi*.

Kompas. 2024. "Indonesia Pengguna TikTok Terbesar Di Dunia, Tembus 157 Juta Kalahkan AS." Popularitas aplikasi media sosial TikTok di Indonesia menunjukkan tren peningkatan yang signifikan. Berdasarkan laporan yang diterbitkan oleh firma riset Statista pada Agustus 2024, berjudul "%22Countries with the Largest TikTok Audience as of July 2024%22.

Kustiawan, Winda, Ummu Zainab Napitupulu, Nadila Putri Br Sitorus, Sabila Husna Lubis, Amanda Syah Fitri, and Sri Widya Ningsih. 2024. "Strategi Monetisasi Media Online : Pendekatan Bisnis Di Era Media On- Demand." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8(3): 51550–54.

Liang, Tianchen. 2022. "The Method of the Money Making Mechanism of TikTok." *Proceedings of the 2021 3rd International Conference on Economic Management and Cultural Industry (ICEMCI 2021)* 203(Icemci): 3102–5. doi:10.2991/assehr.k.211209.508.

Maghfiroh, Fani Ma'sumatul, Sri Anugrah Natalina, and Rofik Efendi. 2023. "Transformasi Ekonomi Digital: Connection Integration E-Commerce Dan S-Commerce Dalam Upaya Perkembangan Ekonomi Berkelanjutan." *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy* 2(1): 01–10. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>.

Miftahurrazak, Muhammad, Arif Rahman, and Muhammad Albahi. 2024. "Distorsi Pasar Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (EK&BI)* 7(2): 195. doi:10.37600/ekbi.v7i2.1826.

Mustika, Ratna. 2023. "Analisis Sistem Monetisasi Pada Aplikasi Fizzo Novel Perspektif Hukum Ekonomi Syariah." UIN Raden Intan Lampung. [https://repository.unugiri.ac.id/id/eprint/3816/%0Ahttps://repository.unugiri.ac.id/8443/id/eprint/3816/3/BAB I.pdf](https://repository.unugiri.ac.id/id/eprint/3816/%0Ahttps://repository.unugiri.ac.id/8443/id/eprint/3816/3/BAB%20I.pdf).

Najiha Azzahra, Merli Anggela, Laily Sartika, Ratih Kumala Sari, and Wismanto Wismanto. 2024. "Prinsip-Prinsip Muamalah Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Mahasiswa Kreatif* 3(1): 29–39. doi:10.59581/jmk-widyakarya.v3i1.4419.

Nasirwan, Mahle Muhammad Ridwan. 2017. "Akuntabilitas Dan Transparansi Berbasis Bagi Hasil (Analisis Terhadap Karyawan Toko Di Kota Baereunuen)." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 2(2): 1–20. doi:10.32505/jebis.v2i2.180.

Nauvalia, Nurin, and Ikwan Setiawan. 2022. "Peran Media 'Tik Tok' Dalam Memperkenalkan Budaya Bahasa Indonesia." *Satwika : Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial* 6(1): 126–38. doi:10.22219/satwika.v6i1.20409.

- Novita, Diana, Murniyati, Wisti Dwi Septiani, and Indah Puspitorini. 2022. "Monetisasi Media Sosial Di Tiktok." *REMIK: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer* 6(4): 1035–40.
- Nur Arbaen, Muhamad Fasya, and Elis Nurhasanah. 2023. "Analisis Program Monetisasi Youtube Menurut Hukum Ekonomi Syariah." *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah* 10(1): 51–64. doi:10.15575/am.v10i1.21242.
- Nur Zahra, Mutiara Apriliani, Wuri Wulandari, and Yegar Agnes Citra Widya. 2023. "Tiktok Sebagai Media Sosial Populer Untuk Komunikasi Bisnis." *Syntax Idea* 5(10): 1386–94. doi:10.46799/syntax-idea.v5i10.2593.
- Polindi, Miko. 2017. "Filosofi Dan Perwujudan Prinsip Tauhîdullah, Danal-'Adâlah, Dalamijârah, Dan Ijarah Muntahia Bi-Tamlik (Imbt)." *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 1(1): 1. doi:10.14421/ekbis.2017.1.1.998.
- Putriani, Winda, Anis Endang Endang, and Sri Narti. 2023. "Tiktok Sebagai Media Kreasi Oleh Konten Kreator Dalam Mempromosikan Produk." *Jurnal STIA Bengkulu : Committe to Administration for Education Quality* 9(2): 99–114. doi:10.56135/jsb.v9i2.106.
- Rahayu, Yulianita, Juju Zuhriatusobah, Nazhifah Madina Lukman, Dina Grisela, Sulis Septiani, Rizkia Anggraeni, and Gina Septiani. 2025. "Pengenalan Potensi Monetisasi : Peran Media Sosial Sebagai Sumber Pendapatan Bagi Remaja." *Jurpikat (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)* 6(2): 900–911.
- Rianda, Rodia Rotani, Bella Anggraini, Sarah Dalila Fitri, and Wismanto. 2024. "Prinsip Muamalah Dalam Ekonomi Syariah: Tinjauan Dan Implementasi." *Hikmah : Jurnal Studi Pendidikan Agama Islam* 1(4).
- Robiansyah, Firman, Ghaida Nuraliza Fitri, Muhamad Daffa Pramudya, and Vica Permata Putri. 2025. "Monetisasi Empati Dalam Live Streaming TIKTOK : Analisis Hukum Ekonomi Islam." 9: 125–36.
- Royani, Sofyan Al Hakim, and Iwan Setiawan. 2023. "Akad Tabarru', Qardh, Rahn Dan Wadi'ah: Teori Dan Aplikasinya Pada Lembaga Keuangan Syariah." *Al Mashalih - Journal of Islamic Law* 4(1): 9–21. doi:10.59270/mashalih.v4i1.166.
- Saleh, Siti. 2018. "Prinsip - Prinsip (Asas-Asas) Muamalah." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 2(1).
- Simbolon, Yolanda. 2024. "The Principle of Fiduciary Duty in Single-Member Limited Liability Company." *Perspektif Hukum:* 72–91. doi:10.30649/ph.v24i1.267.

- Sulfinadia, Hamda, Eli Suryani, Jurna Petri Roszi, Elkhairati Elkhairati, and Abrian Tanjung. 2022. "Shifting Cafe and Culinary Marketing Strategy in West Sumatra Islamic Business Ethics Perspective." *AL-FALAH : Journal of Islamic Economics* 7(2): 175. doi:10.29240/alfalah.v7i2.4445.
- Susanto, Dedi, Sabbar Dahham Sabbar, and Mukhtar Luthfi. 2025. "Relevansi Dan Implementasi Fiqh Muamalah Dalam Transaksi Ekonomi Modern." *Sebi : Studi Ekonomi dan Bisnis Islam* 7(1): 09–18. doi:10.37567/sebi.v7i1.3390.
- Tahir, Rusdin, Budi Harto, Arief Yanto Rukmana, Rino Subekti, Ervina Waty, Agatha Christy Situru, and Sepriano. 2023. *Sonpedia Publishing Transformasi Bisnis Di Era Digital (Teknologi Informasi Dalam Mendukung Transformasi Bisnis Di Era Digital)*.
- Tempo. 2023. "Profil Bisnis TikTok: Sejarah, Data Pengguna, Dan Sumber Pendapatan." *Tempo*. <https://swa.co.id/read/395301/profil-bisnis-tiktok-sejarah-data-pengguna-dan-sumber-pendapatan>.
- Tiktok.com. "Monetisasi Di Tiktok." <https://support.tiktok.com/id/business-and-creator>.
- Widayanti, Vina. 2016. "Pengembangan Pemanfaatan Tiktok Sebagai Kemudahan Memperoleh Keuntungan Dalam Hukum Ekonomi Syariah." IAIN Metro Lampung.
- Widianti, M A, A Maulidia, A F Amanda, and ... 2023. "Kreativitas Menjadi Pendapatan: Pemanfaatan TikTok Menjadi Media Penghasilan Di Era 5.0." *Jurnal Sinesestesia* 13(2): 781–91. <https://sinestesia.pustaka.my.id/journal/article/view/394>.
- Zaid, Abdul Hafidz, Witoto, Amir Reza Kusuma, and Nirhamna Hanif Fadillah. 2023. "Problem Ekonomi Konvensional Dan Dampaknya Terhadap Dunia Pendidikan." *Edunomika* 07(02): 1–18.
- Zaskia, Putri Ade, and Amel Indah Sari. 2025. "Studi Kelayakan Bisnis Pengelolaan Media Sosial Sebagai Peluang Usaha Digital Study of Business Feasibility of Social Media Management As a Digital Business Opportunity." *JIIIC : jurnal Intelek Insan Cendikia* 2(5): 9620–28.