

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Sistem pengelolaan *gift* TikTok berlangsung melalui proses pembelian koin, pengiriman *gift* saat *live streaming*, konversi *gift* menjadi *diamonds*, pemotongan komisi oleh TikTok, hingga penarikan saldo oleh kreator, namun seluruh proses tersebut tidak disertai dengan penjelasan yang jelas mengenai besaran potongan. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa *gift* senilai Rp19.500 kreator hanya menerima Rp3.334 atau 17% sedangkan sekitar 83% menjadi bagian TikTok. Hal serupa dialami Yosef yang dari total *gift* Rp. 2.574.000 hanya menerima Rp. 845.000. Kondisi ini tidak sesuai dengan informasi resmi TikTok yang menyebutkan pembagian 50:50.
2. Faktor yang mempengaruhi penerimaan kesepakatan pengelolaan *gift* TikTok dipengaruhi oleh 2 beberapa hal, Pertama, ketergantungan finansial dan kemudahan akses platform, yang membuat mereka menerima aturan sepihak meskipun merugikan. Kedua, kemudahan dan kecepatan sistem. TikTok memberikan kemudahan akses tanpa modal serta pencairan dana yang cepat. Kemudahan ini membuat kreator tetap bertahan meskipun sistem bagi hasil tidak adil.
3. Tinjauan etika bisnis Islam terhadap pengelolaan *gift* TikTok pada akun @ojolpadang1 belum sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Lima prinsip etika bisnis Islam, yaitu kejujuran, keadilan, amanah, tanggung jawab dan transparansi seluruhnya belum terpenuhi secara optimal karena kreator tidak memperoleh kejelasan besaran potongan, tidak dilibatkan dalam pengambilan keputusan. Kondisi ini menunjukkan bahwa masih belum mencerminkan, keadilan, amanah dan kemaslahatan sebagaimana diajarkan dalam Islam.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi TikTok Sebagai Penyedia Platform

Berdasarkan hasil penelitian diharapkan TikTok dapat memberikan secara transparansi tentang pengelolaan dari *gift*, termasuk detail persentase yang diambil, biaya administrasi, serta mekanisme konversi *gift* menjadi uang. Hal ini penting agar proses pengelolaan *gift* tidak menimbulkan unsur ketidakjelasan atau *gharar* dan sesuai prinsip keadilan, kejujuran dan keterbukaan yang dianjurkan pada etika bisnis Islam.

2. Bagi Konten Kreator

Penulis menyarankan agar kreator tidak hanya memperhatikan pada pendapatan, namun juga memahami mekanisme kerja sistem *gift* TikTok secara menyeluruh sebelum memulai kerja sama atau melakukan *live streaming*.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti *live streaming* di aplikasi TikTok disarankan untuk menggali permasalahan secara lebih mendalam dan komprehensif, baik melalui studi kasus maupun pendekatan penelitian lainnya.

4. Bagi Pembaca

Bagi pembaca, semoga dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai tinjauan etika bisnis Islam dalam pembagian hasil *gift* TikTok.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abrar, M. (2024). *Teknik Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif* (cetakan ke). UNJA PUBLISHER.
- Abubakar, R. (2021). *PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN* (Yogyakarta). Kalijaga, SUKA-Press UIN Sunan.
- Amin, S. (2019). *Etika Peserta Didik Menurut Syaikh Muhammad bin Shalih Al-Utsaimin* (Abdurrahman (ed.); p. 153). Gruo Penerbitan CV budi utama.
- Astuti, A. R. T. (2022). *Etika Bisnis Islam (kasus kontemporer)* (cetakan ke). AIN Parepare Nusantara Press.
- Aziz, A. (2013). *ETIKA BISNIS PERSPEKTIF ISLAM Implementasi Etika Islami untuk Dunia Usaha* (cetakan ke, p. 316). Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Fauzi, ade. (2015). *Pemikiran Etika Bisnis Dawam Rahardjo* (agus ali dzawafi (ed.); cetakan ke, p. 157). Puri Kartika Banjarsari.
- Niar, H., Dewi, P. P. A., Kustina, K. T., Lestari, V. N. S., Risambessy, A., & Sudarijati, S. S. (2023). *Etika Bisnis* (Hartini (ed.); p. 315). CV. Media Sains Indonesia.
- Rahmadi. (2011). *PENGANTAR METODE PENELITIAN* (Penerbit Antasari Press (ed.); Cetakan ke).
- Sahir, S. H. (2021). *METODE PENELITIAN* (PENERBIT KBM INDONESIA (ed.); Cetakan ke).
- Subidyo, ataysgits dianingtyas, Septyarini, E., Astuty, P., Kurniawan, A., & Ardista, R. (2023). *Etika Bisnis* (CETAKAN KE). UPY Press.
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D* (Cetakan ke). Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Suparman, U. (2020). *Bagaimana menganalisis Data Kualitatif*. Penerbit Pusaka Media.
- Susminingsih. (2020). *Etika Bisnis Islam* (I. Kanafi & Nasrudin (eds.); cetakan ke, p. 262). PT. Nasya Expanding Management.

Jurnal

- Aaqilah, N. N., Rohim, D. T. A., & Marlina, L. (2025). Pelanggaran Etika Bisnis

- Islam dalam Transparansi Produk PT . Ajinomoto Indonesia. *Jurnal Manajemendan Ekonomi Syariah*, 3(2), 104–126.
- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148.
<https://journal.trunojoyo.ac.id/komunikasi/article/view/7504/4963>
- Agistiani, R., Rahmadani, A., Hutami, A. G., & Kamil, M. T. (2023). *Live-streaming TikTok : Strategi mahasiswa cerdas untuk meningkatkan pendapatan di era digitalisasi*. 3(1), 1–19.
- Ambarwati, R. (2025). PENGARUH EKONOMI KREATOR DIGITAL TERHADAP PENDAPATAN GENERASI Z DI PERKOTAAN: STUDI DI TIKTOK DAN YOUTUBE INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 9(3), 1–13.
- Anggraini, R. M., Latifah, S., & Syarifuddin. (2024). Etika Bisnis Islam dalam Pemikiran Yusuf Al Qardhawi. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 2908–2916.
- Anwar, D. R., Mujahid, A., & Mahfudz, M. (2025). *Korupsi Dalam QS An-Nisa : 29 : Pendekatan Tafsir Kontekstual* 843–836 ,(1)3 .
- Arvyanda, R., Fernandito, E., & Landung, P. (2023). *Analisis Pengaruh Perbedaan Bahasa dalam Komunikasi Antarmahasiswa*. 1.
- Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur, *Business Model Generation* (New Jersey: John Wiley & Sons, 2010), hlm. 14.
- Alifia, Irene Syabilla, and Mohammad Insan Romadhan. 2025. “Monetisasi Konten Program Brownis Trans Tv Di Youtube: Proses Dan Dampaknya.” RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi 05(04):45–50.
- Author, M. N. (2024). Etika Bisnis dalam Kewirausahaan Santri : Antara Profit dan Keberkahan. *Jurnal Akuntansi Dan BBSnis Islam*, 1(1), 72–78.
- Calvin. (2024). *TikTok: Kelebihan dan Kekurangan Dibanding Media Sosial Lain*.
- Dewi, M. S., Pratiwi, N., & Marlina, L. (2025). QURANOMIC : JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM PELANGGARAN PRINSIP-PRINSIP ETIKA BISNIS ISLAM DALAM KASUS KORUPSI PENGOPLOSAN PERTAMAX OLEH PT . PERTAMINA. *QURANOMIC: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM*, 4(2), 72–92.

- Estijayandoono, K. D., Siradjuddin, & Haddode, A. W. (2019). *ETIKA BISNIS JUAL BELI ONLINE DALAM PERSPEKTIF ISLAM*. 3.
- Fadhila, S. A., Sukmayadi, V., & Affandi, A. F. M. (2023). Pengelolaan Kesan Daring Dalam Meraup “Cuan”: Studi Fenomenologi Pada Influencer Tiktok Di Indonesia. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(3), 505–517. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i3.58>
- Faradisa, D., & Dkk. (2023). Etika Berbisnis Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Sahmiyya*, 2(2), 326. file:///C:/Users/Hp/Downloads/7-dina-faradisa-322-331.pdf
- Fitrotunnisa, Hanifah, N., & Aristantia, S. E. (2025). Sinergi Q.S . Al-Baqarah Ayat 282 dengan Pencatatan Akuntansi pada UMKM untuk Menjaga Keberlanjutan Bisnis. *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah Dan Akuntansi*, 2(6), 296–304.
- Hakim, fany nur rahmadiana, Kamaludin, I., & sujana, shifa nistrina. (2021). *THE NEW DA'WAH STRATEGY AMONG MILLENNIAL GENERATIONS THROUGH TIKTOK DURING PANDEMIC*. 7, 167–178.
- Hamari, J., & Lehdonvirta, V. (2010). Game design as marketing: How game mechanics create demand for virtual goods. *International Journal of Business Science & Applied Management*, 5(1), 14–29.
- Hasoloan, aswandi. (2018). *PERANAN ETIKA BISNIS DALAM PERUSAHAAN BISNIS*.
- Hastuti, R. U. (2011). Konsep Layanan Perpustakaan : Analisis Tafsir Surat Al-Maidah Ayat (2). *THE LIGHT : Journal of Librarianship and Information Science*, 2(2), 88–93.
- Heriyanto, H., & Taufiq, T. (2024). Nilai-Nilai Ekonomi dan Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*, 1(1), 24–37. <https://doi.org/10.71153/jimmi.v1i1.99>
- Ibnu Haitam. (2018). Etika Bisnis Dalam Islam Kejujuran Menurut Persepsi Atthabary dan Al-Qurtubhy. *Studi Islam*, 2, No. 2(2), 315–334.
- Ilmu, F., Universitas, K., & Bandung, I. (2024). *Live streaming TikTok sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital TMADE Artisan Souvenir*. 7, 37–52.
- Inadjo, I. M., Moku, B. J., Kandowangko, N., & Orangtua, P. (2022). *Jurnal ilmiah society*. 2(4), 1–7.

- Iskandar, F., & Maszudi, E. (2025). *Pengaruh Live streaming , Cash On Delivery (COD), dan Promo Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian pada Shopee*. 6(3), 1343–1358.
- Juliyani, E. (2016). Etika Bisnis Dalam Persepektif Islam. *Jurnal Ummul Qura*, 7(1), 63–74.
- Jean-Charles Rochet dan Jean Tirole, "Platform Competition in Two-Sided Markets," *Journal of the European Economic Association* 1, no. 4 (2003): 991.
- Lestari, P. S., & Jubaedah, D. (2023). Prinsip-Prinsip Umum Etika Bisnis Islam. J-Alif : Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Budaya Islam, 8(2), 220. <https://doi.org/10.35329/jalif.v8i2.4514>
- Marina, Z., & Fichta, M. (2022). Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Transaksi Jual Beli Pada Restoran Hotel Syariah. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(2), 47–57. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(2\).10402](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(2).10402)
- Mashuri, M., & Mahalizikri, I. F. (2023). The Role Of Ethics In Business Activities (Study Of Values And Morals In Islamic Business). *SAMMAJIVA : Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 106–114.
- Mulyani, F., Fauziah, R., Ermina, N., Susiniat, S., Juniarmanto, H., July, Z., & Irawan, P. (2024). Etika Bisnis Dalam Pandangan Agama Islam. *BATTUTA – JURNAL ILMU HUKUM*, 1(November), 22–26.
- Munthe, C. R., Nabilah, F., Manurung, L. A. B., Purnawati, M., & Damanik, N. (2024). Etika Akademis dalam Perspektif Surat Al-Baqarah Ayat 42 dan Kaitannya dengan Asbabun Nuzul (Larangan Mencampur adukkan Kebenaran dan Kebatilan). *Sulawesi Tenggara Educational Journal*, 4(3), 203–207.
- Ningrum, D. N., & Hadi, S. (2023). *Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konveksi Rizma Collection)*. 1(1), 114–131.
- Nouvan. (2025). *Indonesia Jadi Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia 2025*. <https://dataloka.id/humaniora/4424/indonesia-jadi-negara-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia-2025/>
- Novita, D., Herwanto, A., Cahyo Mayndarto, E., Anton Maulana, M., & Hanifah,

- H. (2023). Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Pemasaran Dalam Bisnis Online. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2543–2550. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13312>
- Novita, D., Murniyati, Septiani, W. D., & Puspitorini, I. (2022). Monetisasi Media Sosial di Tiktok. *REMIK: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 6(4), 1037.
- Nurul Huda, S., & Ihwanudin, N. (2022). ETIKA BISNIS ISLAM DALAM TINJAUAN AL-QUR'AN DAN HADITS: Islamic Business Ethics in a Review of the Qur'an and Hadith. *Moderation / Journal of Islamic Studies Review*, 2(1), 61–72. <https://doi.org/10.63195/moderation.v2i1.35>
- Permata, S., Ridwan, H., Ilyas, A., Puyu, D. S., Arifai, S., & Pratama, A. A. (2024). *Kriteria Pedagang Yang Baik Dalam Perspektif Hadist*. *Jurnal Al-Mubarak: Jurnal Kajian Al-Qur'an Dan Tafsir*, 8(2), 10–27. <https://doi.org/10.47435/al-mubarak.v8i2.2160>
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, ed. 15 (New Jersey: Pearson Education, 2016), hlm. 23–24.
- Rianti, R. (2021). *Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Pada Marketplace Lazada*. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v1i1.57>
- Rosi, F. F., & Astuti, P. W. (2025). *KONSEP KEADILAN DALAM QS. AL-MAIDAHAYAT 8 DAN AYAT 42(Studi Komparatif Tafsiral-Manar dan Tafsir al-Azhar)*. *Ma'had Aly Jurnal of Islamic Studies*, 4(1), 49–57.
- Salehuddin. (2025). *Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Lingkungan Organisasi Bisnis Pada Era Globalisasi*. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Organisasi*, 03(02), 168–174.
- Sandriani, Abdad, Z., & Nikmatullah. (2025). PERAN EKONOMI ISLAM DALAM UPAYA MENCAPAI KEADILAN PADA ETIKA BISNIS PERSPEKTIF STUDI QUR'AN DAN HADIST EKONOMI. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi Islam*, 8(1), 483–496.
- Suryani, I., & Hambali, D. (2025). Analisis Pengaruh Frekuensi Penggunaan Dan Kemudahan Akses Dompot Digital Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Masyarakat Di Kecamatan Moyo Hulu. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(2), 230–248.
- Syah, A. Y., & Alhifni, A. (2022). Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi

Pemasaran Produk Umkm (Studi Pelaku Usaha Weekend Snack Di Kelurahan Muarasari). *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(2), 321–339.

Tafana, A., Andika, B., Rizka, F., Mahyu, O., & Siregar, F. N. (2024). *Etika bisnis islam*. 1(4), 63–70.

Website

Aulia, Azzahra Ilka. 2023. “Apa Itu Monetisasi? Simak Keuntungan Dan Cara Melakukannya!” Retrieved March 16, 2025 (<https://sitespirit.co/blog/monetisasi-adalah/>).

Cakaplah.com. (2023). *13 Fitur TikTok Terbaru yang Wajib Dicoba*. <https://www.cakaplah.com/artikel/teknodansains/13619/2023/10/11/13-fitur-tiktok-terbaru-yang-wajib-dicoba#sthash.YqnvG6vn.YZnwsqzR.dpbs>

Café Camfrog, “Pengertian VG (Virtual Gift)”, (Artikel, Cafecamfrog.Id, <https://tinyurl.com/Virtual-Gift>, 12 Juni 2023)

Fuchs, C. (2014). *Digital Labour and Karl Marx*. London: Routledge.

Qoo10 Indonesia. (2025). *Gift TikTok berapa rupiah? Update harga 2025 dari mawar hingga universe*.

Selfd.id. (2024). *Cara cek penghasilan TikTok dari live gift dan monetisasi kreator*. <https://www.tiktok.com/legal/page/row/virtual-items/id>

Srnicek, N. (2017). *Platform Capitalism*. Cambridge: Polity Press

TikTok Studio. (2024). Pusat Bantuan, TikTok Studio.

Vivi Lestati, “Monetisasi”, diakses 25 Juli 2022 <http://vivi.lestari122.blogspot.co.id/2012/03/pengertian-monetisasi-blog.html>

Skripsi

Nurrohmah, Adinda Widya. 2022. “Praktik Monetisasi Pada Aplikasi TikTok Tinjauan Fatwa DSN-MUI NOMOR 62/DSN-MUI/XII/2007 Tentang Akad Ju’alah Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (Studi Di Akun TikTok Tips Skincare @rikhalaila).”



UIN IMAM BONJOL
PADANG