

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis mengenai transaksi langganan channel YouTube *games* ditinjau dari etika bisnis Islam, dapat disimpulkan bahwa:

1. Akad yang digunakan dalam transaksi langganan channel YouTube *games* adalah jual beli manfaat (*bai' al-manfa'ah*). Hal ini dikarenakan objek yang ditukarkan adalah hak akses terhadap fitur premium (emoji, *badge*, video eksklusif) yang dibatasi oleh durasi waktu selama 30 hari.
2. Mekanisme transaksi langganan pada channel YouTube *games* merupakan diawali dengan adanya ketertarikan penonton terhadap konten yang disajikan, yang kemudian ditindaklanjuti dengan menekan tombol "Gabung" (*Join*) pada platform YouTube. Mekanisme pembayaran dalam transaksi ini dilakukan melalui akun Google yang terhubung dengan berbagai metode dompet digital (*e-wallet*) seperti Dana, GoPay, dan ShopeePay. Sistem ini menerapkan pola *membership* otomatis (*auto-renewal*), di mana saldo pelanggan akan ditarik secara sistematis setiap bulannya untuk memperpanjang masa berlaku *membership*. Mekanisme penghentian layanan dinilai cukup fleksibel, pelanggan dapat membatalkan *membership* kapan saja melalui pengaturan akun tanpa prosedur yang
3. Analisis transaksi langganan channel YouTube *games* ditinjau dari etika bisnis Islam adalah akad yang digunakan dalam transaksi channel YouTube *games* adalah jual beli manfaat (*bai' al-manfa'ah*). Hal ini dikarenakan objek yang ditukarkan adalah hak akses terhadap fitur premium (emoji, *badge*, video eksklusif) yang dibatasi oleh durasi

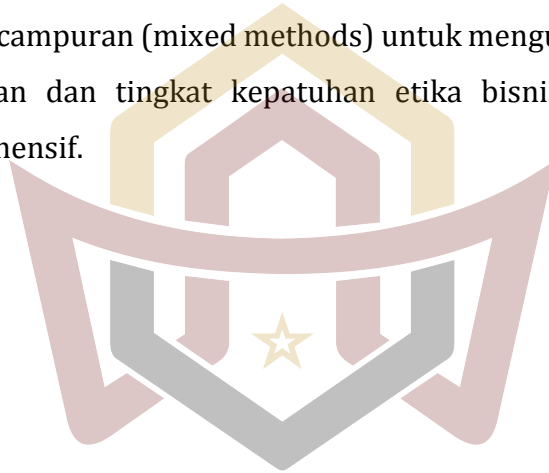
waktu selama 30 hari. Mekanismenya sangat praktis karena terintegrasi secara digital melalui tombol "*Join*" dan sistem pembayaran otomatis (*auto-renewal*) via dompet digital seperti Dana atau GoPay. Namun, jika ditinjau dari etika bisnis Islam, praktik ini masih bermasalah karena adanya unsur ketidakpastian (*gharar*) dan kerelaan (*an-taradhin*) karena pelanggan sudah membayar harga pasti, tapi manfaat yang diterima seperti jadwal live streaming sering tidak menentu atau bahkan tidak ditepati oleh kreator. Selain itu, penggunaan bahasa kasar atau perilaku *toxic* dalam konten membuat transaksi ini kehilangan nilai keberkahan karena komersialisasi kebiasaan buruk dianggap melanggar etika komunikasi Islam dan prinsip kemaslahatan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Kreator disarankan untuk menerapkan prinsip etika bisnis Islam secara lebih komprehensif dengan menyajikan informasi *membership* secara transparan dan rinci, khususnya mengenai jadwal, frekuensi layanan, serta bentuk manfaat yang akan diberikan kepada pelanggan. Kreator juga perlu menjaga konsistensi dalam memenuhi janji layanan, memberikan komunikasi yang jujur apabila terjadi kendala, serta menjaga etika konten agar terhindar dari unsur maksiat, sehingga akad ijarah yang dilakukan benar-benar sah dan membawa keberkahan.
2. Para *membership* disarankan untuk lebih kritis dan selektif dalam memilih *membership* channel YouTube dengan memahami secara jelas manfaat yang ditawarkan, membaca syarat dan ketentuan, serta mempertimbangkan aspek kemaslahatan sebelum melakukan pembayaran. Sikap kehati-hatian ini penting agar transaksi dilakukan atas dasar kerelaan yang utuh dan tidak menimbulkan kerugian, baik secara materi maupun moral.

3. Platform YouTube disarankan untuk meningkatkan perlindungan konsumen dengan menyediakan fitur transparansi yang lebih rinci, seperti kewajiban kreator mencantumkan standar layanan minimal (jadwal live, frekuensi konten, dan bentuk interaksi), serta menyediakan mekanisme komplain dan kompensasi yang adil agar tercipta keadilan dalam transaksi digital.
4. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan memperluas objek kajian pada platform digital lain atau jenis konten yang berbeda, serta menggunakan pendekatan kuantitatif atau metode campuran (mixed methods) untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dan tingkat kepatuhan etika bisnis Islam secara lebih komprehensif.



UIN IMAM BONJOL
PADANG

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Dawud, Sulaiman bin Al-Asy'ats. 1999. Sunan Abi Dawud. Beirut: Dar Ibn Hazm.
- Adi, Rianto. 2004. Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum. Jakarta: Granit.
- Antonio, Muhammad Syafii. 2001. Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik. Jakarta: Gema Insani.
- Auyuni, Badrah. 2023. Media Dakwah Era Digital. Penerbit Assofa.
- Al-Banna, Gamal. 2003. Islamic Business Ethics. Kairo: International Islamic Publishing House.
- Al-Bukhari, Muhammad bin Ismail. 2002. Shahih Al-Bukhari. Kairo: Dar Tuq An-Najat.
- Creswell, John. 2007. *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. Thousand, CA: Sage
- Dewi, P. Y. 2020. "Pengaruh Terpaan Adegan Kekerasan dalam Game Online Terhadap Sikap Agresivitas Remaja." *J. Ilmu Komunikasi*. 11, no. 3.
- DSN-MUI. 2000. Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No. 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Murabahah*. Jakarta: DSN-MUI.
- Al-Ghazali, Imam. 2016. *Ihya Ulumuddin* (Terjemahan). Jakarta: Republika Penerbit.
- Ghazaly, Abdul Rahman, dkk. 2010. *Fikih Muamalat*. Jakarta: Kencana.
- Gemilang, A. T. (2024). Klarifikasi Pendapatan Dolar Kuning dan Fitur Membership. Video TikTok @deankt. Diakses dari <https://vt.tiktok.com/ZSmfRDmVE/>.
- Haroen, Nasrun. 2000. *Fiqih Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Helianthusonfri, Jefferly. 2018. Yuk Jadi Youtuber. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Hidayat, Rahmat. 2020. "Hukum Transaksi *E-Commerce* dalam Pandangan Fikih Muamalah." *Jurnal Ekonomi Syariah* 8, no. 1: 51-85.

- Al-Hishni, Taqiyuddin Abu Bakar bin Muhammad. 2012. *Kifayatul Akhyar fi Halli Ghayatil Ikhtishar*. Beirut: Dar al-Minhaj.
- Hosen, Moh. 2017. "Implikasi Akad *Gharar* dalam Transaksi Online Menurut Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Muamalat* 9, no. 2: 75-90.
- Indana, Nurul. 2018. "Nilai-nilai Pendidikan Karakter Dalam Surat Al-An'am Ayat 151-153." *Jurnal Tarbawi* 6, no. 01.
- Al-Juzairi, S. A. 2015. Fikih Empat Madzhab Jilid 3. Pustaka Al-Kautsar.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. 2019. Al-Qur'an dan Terjemahannya. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an.
- Membership Channel. "<https://www.youtube.com/intl/id/join/>." Diakses pada 13 Juni 2025.
- Mardani. 2015. *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Muslim bin Al-Hajjaj. t.t. Shahih Muslim. Beirut: Dar Ihya' At-Turats Al-Arabi.
- Nurhayati, Sri. 2019. "Jual Beli Online dalam Perspektif Fiqh Muamalah Kontemporer." *Jurnal Hukum Islam* 17, no. 1: 109-128.
- Pradana, Y. S., & Hidayat, R. (2021). Fenomena YouTube Gaming dan Dampaknya Terhadap Industri Kreatif. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, X(Y), Halaman-Halaman.
- Qardhawi, Yusuf. 1997. Norma dan Etika Ekonomi Islam. Jakarta: Gema Insani Press.
- Rivai, Veithzal dan Amiur Mansyur. 2012. *Islamic Economics: Ekonomi Syariah Bukan Opsi, Tetapi Solusi!*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rohman, Abdul. 2021. "Tinjauan Fiqh Muamalah terhadap Mekanisme Loot Box dalam Game Online." *Jurnal Ekonomi Islam Nusantara* 2, no. 1: 90-105.
- Rusdan, Rusdan. 2022. "Prinsip-Prinsip Dasar Fiqh Muamalah dan Penerapannya pada Kegiatan Perekonomian." *Jurnal El-Hikam* 15, no. 2.

- Ruthella D, Erika, Mariam Sondakh, dan Steffi Harilama. 2007. Pengaruh Konten Vlog terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa FISIP Universitas Sam Ratulangi. *E-journal "Acta Diurna"* Volume VI No. 1.
- Sabiq, Sayyid. 1977. *Fiqh As-Sunnah*. Beirut: Dar Al-Fikr.
- Sani, Mukhyar. 2016. "Dampak Internet Terhadap Perilaku Generasi Muda Islam." *Al Hadharah Jurnal Ilmu Dakwah* 15, no. 29.
- Shihab, M. Quraish. 2002. *Tafsir Al-Misbah*, Volume 15. Jakarta: Lentera Hati.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. Bandung
- Suhendi, Hendi. 2016. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Suryani, Ahmad. 2021. "Etika Bisnis Islam dalam Pemasaran Digital: Studi Kasus E-Commerce." *Jurnal Syariah dan Ekonomi Islam* 5, no. 2: 100-120.
- At-Thabrani, Sulaiman bin Ahmad. 1995. *Al-Mu'jam Al-Awsath*. Kairo: Dar Al-Haramain.
- At-At-Tirmidzi, Muhammad bin Isa. 1996. *Sunan At-At-Tirmidzi*. Kairo: Dar Al-Gharb Al-Islami.
- YouTube. (2024, 22 Mei). *YouTube Paid Service Terms of Service*. <https://www.youtube.com/t/terms/paidservice> diakses pada 4 Februari 2026,
- YouTube Help. (2025). Cara Bergabung dengan Channel. <https://support.google.com/youtube/answer/9050302?hl=id> diakses pada 24 Juli 2025.
- YouTube Help. (2025). Kelayakan dan Persyaratan untuk *Membership* Channel. <https://support.google.com/youtube/answer/7632616?hl=id>. diakses pada 24 Juli 2025.
- Zuhaili, Wahbah. 1985. *Al-Fiqh Al-Islami wa Adillatuhu*. Damaskus: Dar Al-Fikr.
- Zuhaili, Wahbah. 2011. *Fiqih Islam wa Adillatuhu* (Jilid 5). Jakarta: Gema Insani.