

BAB V PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab IV mengenai Analisis Etika Bisnis Islam dalam Praktik Monetisasi serta Implikasinya bagi Pengguna Aplikasi Bigo *Live*, maka kesimpulan penelitian ini disusun sebagai berikut.

1. Praktik monetisasi di aplikasi Bigo Live pada dasarnya dapat dibenarkan dalam perspektif fikih muamalah karena struktur akad yang terlibat (*hibah muqayyadah, wakālah bi al-ujrah*, dan jual beli aset digital) dapat diidentifikasi secara jelas dan memiliki dasar hukum yang sah. Meskipun demikian, kesesuaian praktik monetisasi terhadap etika bisnis Islam tidak bersifat absolut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian aktivitas monetisasi berada dalam koridor syariah, namun sebagian lainnya menyimpang dari prinsip-prinsip etika. Bahkan konten atau kreator yang dinilai “sesuai” sekalipun pada umumnya hanya memenuhi sebagian dari lima prinsip etika bisnis Islam (tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan ihsan), tidak secara keseluruhan. Sebaliknya, pelanggaran yang ditemukan, menunjukkan bahwa implementasi etika bisnis Islam di Bigo Live masih parsial dan belum terintegrasi secara konsisten. Dengan demikian, praktik monetisasi di Bigo *Live* tidak sepenuhnya bertentangan dengan etika bisnis Islam, tetapi implementasinya belum konsisten dan masih memerlukan penguatan nilai-nilai syariah.
2. Praktik monetisasi di Bigo *Live* berkontribusi dalam membentuk perilaku ekonomi pengguna melalui relasi antara *content creator* sebagai produsen dan *viewers* sebagai konsumen dalam ekosistem digital. Bagi *content creator*, sistem *Gift* dan target pendapatan mendorong mereka untuk lebih kreatif dan produktif, namun sekaligus berpotensi mengarahkan orientasi pada pencarian atensi dan keuntungan semata. Sementara itu, *viewers* tidak lagi menjadi konsumen pasif, tetapi berperan aktif melalui pemberian *Gift* yang memengaruhi arah produksi konten, sehingga terjadi perubahan pola interaksi ekonomi yang bersifat partisipatif dan transaksional. Dengan hal ini,

monetisasi digital secara nyata membentuk pola perilaku produsen dan konsumen yang memerlukan landasan etika bisnis Islam agar tetap berada dalam prinsip keadilan dan tanggung jawab.

3. Model monetisasi di Bigo Live berpotensi untuk mendukung kesejahteraan pengguna apabila dijalankan sesuai dengan prinsip etika bisnis Islam. Bagi *content creator*, monetisasi dapat memberikan kesejahteraan ekonomi melalui pendapatan tambahan, kemandirian finansial, serta peluang kerja alternatif bagi individu yang kesulitan memperoleh pekerjaan formal. Sementara itu, dari sisi *viewers*, kesejahteraan tidak hanya bermakna materi, melainkan juga mencakup aspek non-material seperti hiburan yang sehat, ruang interaksi positif, pengurangan stres, serta perlindungan dari konten yang merusak moral apabila platform dikelola dengan baik. Rekomendasi yang dihasilkan penelitian ini menunjukkan bahwa penguatan regulasi internal platform serta literasi etika digital menjadi kunci dalam menciptakan ekosistem monetisasi yang sehat. Dengan demikian, monetisasi platform dapat bersifat produktif sekaligus etis apabila disertai komitmen nilai dan pengawasan yang memadai sehingga dapat berkontribusi dalam mendukung kesejahteraan masyarakat secara individu.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka penulis menyampaikan beberapa saran sebagai berikut.

1. Bagi *Content Creator* dan Pengguna Aplikasi Bigo Live.

Diharapkan agar menjadikan prinsip etika bisnis Islam sebagai landasan dalam melakukan aktivitas monetisasi, sehingga orientasi keuntungan tidak mengabaikan nilai moral, hukum, dan tanggung jawab sosial. *Content creator* perlu lebih selektif dalam memproduksi konten serta menghindari eksploitasi konten yang melanggar norma agama dan hukum. Penguatan kesadaran tauhid dan amanah dalam mencari rezeki menjadi langkah penting agar aktivitas digital tidak hanya menghasilkan pendapatan, tetapi juga keberkahan.

2. Bagi Pihak Pengelola Platform dan Pemangku Kebijakan Terkait

Diharapkan dapat memperkuat sistem pengawasan, regulasi konten, serta kebijakan monetisasi yang lebih berpihak pada nilai etika dan perlindungan pengguna. Pengelola platform perlu menyediakan pedoman etika yang jelas serta mekanisme sanksi yang tegas terhadap pelanggaran seperti konten tidak senonoh dan pelanggaran hak cipta.

3. Bagi akademisi dan peneliti selanjutnya.

Diharapkan dapat mengembangkan penelitian lebih lanjut mengenai etika bisnis Islam dalam konteks ekonomi digital dengan pendekatan yang lebih luas, seperti analisis kuantitatif atau studi komparatif antar platform. Penelitian lanjutan juga dapat mengeksplorasi dampak jangka panjang monetisasi digital terhadap kesejahteraan ekonomi dan pembentukan karakter generasi muda. Dengan demikian, analisis etika bisnis Islam dalam ekonomi digital akan semakin komprehensif dan kontributif bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah.