

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Abubakar, H. R. I. (2021). *Pengantar metodologi penelitian*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Aghivirwiati, G. A., SH, M., Soseco, T., Hadi Sutrisno, S. E., Irwanto, T. Z., SE, M., ... & CSME, C. (2025). *Ekonomi digital dan perubahan struktur pasar*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Badroen, F. (2006). *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana.
- Basuki, A. T., & Yuliadi, I. (2019). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Chapra, M. Umer. (2000). *Islam dan Tantangan Ekonomi* (terj. Ikhwan Abidin Basri). Jakarta: Gema Insani Press.
- Chusumastuti, D., Kartika, D. G., Jumiati, E., Zaini, M., Faradilla, D., Hasanah, H., Yuliantina, D., Nandiroh, U., Meirianto, W., Hasaruddin, H., Zazilah, A. N., Sanjaya, A. W., & Mukti, M. (2024). *Konsep ekonomi kreatif*. PT MAFY Media Literasi Indonesia.
- Deni, H. A., Mm, C. Q. M., Fatkhur Rohman Albanjari, M. E., Nurofik, A., Anwar, H. M., Bakri, A. A., ... & Anshori, M. I. (2024). *Metodologi penelitian bisnis*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Erwin, E., Judijanto, L., Sepriano, S., & Rukmana, A. Y. (2025). *Live Streaming marketing trend*. PT Green Pustaka Indonesia.
- Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Ekonesia, 2002), 190-192.
- Kotler, & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). (B. Sabran, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Purba, E., Purba, B., Syafii, A., Fastabiqul Khairad, Damanik, D., Siagian, V., Ginting, A. M., Silitonga, H. P., Fitrianna, N., SN, A., & Ernanda, R. (2021). *Metode penelitian ekonomi*. Yayasan Kita Menulis.
- Samuelson, Paul A., dan William D. Nordhaus. 2010. *Economics*. 19th ed. New York: McGraw-Hill Education.
- Wibowo, A. E. (2021). *Metodologi Penelitian Pegangan untuk Menulis Karya Ilmiah*. Penerbit Insania.
- Yusnita, M. (2020). *Pola perilaku konsumen dan produsen*. Alprin.y

Skripsi

- Andriyani, L. (2018). *BIGO LIVE: Studi tentang fungsi dan dampak penggunaan Bigo Live bagi anggota Komunitas Family Bigo Indonesia cabang Bandung di Kota Bandung* (Skripsi, Program Studi Antropologi, Universitas Padjadjaran).
- Dwilestari, G., & Ali, S. D. (2019). *Motif Penggunaan Aplikasi Bigo Live Di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Telkom*.
- Ernawati, Y. (2017). *Etika bisnis pengusaha Muslim dalam menghadapi pelanggan* (Skripsi, Sekolah Tinggi Agama Islam Kudus).
- Iqbal, M. (2018). *Konstruksi makna remaja pengguna Bigo Live: Studi fenomenologi* (Skripsi, Universitas Padjadjaran).
- Okta Mara (2020). *Budaya komunikasi digital pada media Streaming studi etnografi virtual interaksi antar user di Bigo Live* (Skripsi, Universitas Satya Negara Indonesia).
- Rianto, A. (2020). *Hukum mempromosikan produk menggunakan media pornografi (Tinjauan etika bisnis Islam dan UU No. 44 Tahun 2008 tentang Pornografi)* (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung).
- Sari, D. T. (2020). *Hukum Islam tentang penggunaan aplikasi Bigo Live pada media sosial* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).
- Wulandari, F. R. T., Praceka, P. A., & Sagita, D. (2018). *Proses komunikasi host Bigo Live saat Live Streaming (Studi kasus para host Bigo Live di manajemen SK)* (Skripsi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).

Jurnal

- Amu, M. R., & Isima, N. (2024). Menjembatani Teknologi dan Syariah: Tinjauan Hukum Islam atas Monetisasi YouTube AdSense. *Al-'Aqdu: Journal of Islamic Economics Law*, 4(1), 54-72.
- Anwar, K., Balbisy, D. N. A., & Wahidah, N. (2024). The implementation of TikTok Live shopping: an Islamic business ethics perspective. *Journal of Islamic Economics Management and Business (JIEMB)*, 6(2), 183-198.
- Arisman, A., & Rahman, R. (2025). Content Monetisation in the Digital Age: A Maqāṣid Sharī'ah Study of Youtube, Tiktok, and Facebook Revenues. *Al-Tahrir: Jurnal Pemikiran Islam*, 25(1), 133-152.
- Arrow, K.J. (1963) Uncertainty and the welfare economics for medical care.

American Economic Review, 53, 921-969

- Ayuningsasi, A. A. K., Budhi, M. K. S., Yasa, I. N. M., Marhaeni, A. A. I. N., Sudibia, I. K., & Dewi, M. H. U. (2023). Can the welfare of Hindu clergy in Bali be assessed using Amartya Sen's capability approach: Dapatkah kesejahteraan rohaniawan Hindu di Bali dikaji dengan pendekatan kapabilitas Amartya Sen. *Santhet (Jurnal Sejarah Pendidikan Dan Humaniora)*, 7(1), 121-137
- Badroen, F. (2020). Etika bisnis Islam dan implementasinya dalam ekonomi digital. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 12(1), 23–35.
- Bidin, B., & Sukti, S. (2025). Etika Produksi dalam Islam: Menjaga Keseimbangan Antara Profit dan Keadilan Sosial. *MUTLAQAH: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*, 5(2), 42-58.
- Cahyono, H. (2020). Konsep pasar syariah dalam perspektif etika bisnis Islam. *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 1(2), 14–27.
- Citra, K. A., Nurwahidin, N., Muttaqin, M. I., Zainal, V. R., & Fatwa, N. (2025). Strategi Metodologis Dalam Mengkaji Perilaku Produsen Islami: Pendekatan Konseptual dan Praktis. *Jurnal Locus Penelitian dan Pengabdian*, 4(9), 8663-8681.
- Delliana, A. S., & Wook, A. M. W. (2020, May). Bigo Live: Ethical degradation in communication (A critical study of communication in a computer-mediated communication perspective). In *Tarumanagara international conference on the applications of social sciences and humanities (TICASH 2019)* (pp. 83-88). Atlantis Press.
- Dewi, R. K., & Suparman, S. (2025). Algoritma TikTok dan Pandangan Mahasiswi: Mengungkap pengaruh Filter Bubble dalam Kasus Mafia Skincare. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 5(2), 1157-1167.
- Faisal, M. (2021). Pengaruh monetisasi digital terhadap perilaku konsumsi dan produksi konten. *Jurnal Manajemen Digital*, 15(2), 45–60.
- Fajrina, R. M., & Sasongko, H. (2022). Upaya Preventif dalam Menanggulangi Tindak Pidana Pembajakan Film secara Online maupun Offline di Indonesia. *Offscreen Film and Television Journal*, 1(2).
- Fakhrina, A. (2017). Kebebasan Ekonomi Vis a Vis Intervensi Negara: Perspektif Ibn Khaldun. *Jurnal Penelitian*, 14(1), 39-54.
- Febriyanti, R., & Sapa, N. B. (2025). Keadilan Distributif Dan Peran Negara Menurut M. Umer Chapra: Analisis Terhadap Konsep Dan Implementasinya. *JSE: Jurnal Sharia Economica*, 4(2), 63-75.
- Floridi, L. (2020). Distributed morality in an information society. In *The Ethics of Information Technologies* (pp. 63-79). Routledge.

- Hidayat, H., & Anastasyah, D. (2017). Perbedaan persepsi tentang etika bisnis pada mahasiswa yang belum dan sudah mempelajari mata kuliah etika bisnis pada prodi akuntansi di perguruan tinggi Kota Batam. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 5(2), 204–212.
- Irmawati, I., & Mardiana, D. (2024). Pendidikan multikultural paradigma moderasi beragama perspektif Imam Al-Ghazali. *Hikmah*, 21(1), 35-47.
- Kaharu, D., Syahrial, I. W., & Susanto, H. (2019). Perlindungan Hukum Hak Terkait Produser Film Warkop Dki Reborn Atas Penayangan Secara *Live Streaming* Melalui Aplikasi *Video* Online Bigo *Live*. *CALYPTRA*, 7(2), 3804-3820.
- Khisan, Z., & Aqlani, M. I. Z. (2023). Transformasi perilaku konsumtif di era e-commerce: Antara kenyamanan digital dan tantangan konsumsi berlebihan menurut ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah (JES), Universitas Islam Lamongan (UNISLA)*.
- Latip, I. M., Pratiwi, A. M., Saepudin, M., Aula, S. N. A., & Adawiyah, S. R. (2023). Strategi Analisis Data dalam Penelitian Tindakan Kelas. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, 1(2), 195-203.
- Leniwati, D., Amelia, S. A., & Affan, M. W. (2023). Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR): Integrating Islamic Values in CSR Beyond the Triple Bottom Line Perspective. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 7(2), 397-408.
- Lu, W. (2024). Inevitable challenges of autonomy: ethical concerns in personalized algorithmic decision-making. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1-9.
- Lubis, D., Az Zahra, A., & Nursyamsiah, T. (2023). Muslim impulsive buying behavior via e-commerce in West Java. *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Saizu Purwokerto*.
- Muien, A., Efaprast, S. M., & Arianto, A. (2025). Al-Mawardi's Thoughts & Its Relevance to Contemporary Political Systems. *Jurnal Tapis: Jurnal Teropong Aspirasi Politik Islam*, 22(2), 127-154.
- Musa, K. S. P. (2025). Penerapan Teori Konsumen dalam Menganalisis Pola Konsumsi Masyarakat Modern. *Maximal Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya dan Pendidikan*, 3(1), 83-88.
- Ni'ami, M. F. N. A., & Hamidah, T. (2023). Reformulasi Maqāsid Al-Syarī'ah Kontemporer: Sistem Nilai Sebagai Tawaran Jasser Auda Menuju Hukum Islam Humanis. *Bidayah: Studi Ilmu-Ilmu Keislaman*, 1-19.
- Nisak, C. (2023). Etika bisnis perspektif etika bisnis syariah. *Journal of Economics and Business*, 1(2), 107-118.

- Nizar, N. (2018). Hubungan etika dan agama dalam kehidupan sosial. *Jurnal Arajang*, 1(1), 27-35.
- Nur Isra' Ahmad, & Supriadi. (2025). Etika Bisnis Digital dalam Perspektif Islam: Prinsip dan Implementasinya. *QAZI : Journal of Islamic Studies*, 2(2), 448–460.
- Nurhasanah, E. (2022). Strategi monetisasi dalam aplikasi media sosial: Tinjauan etika. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 8(3), 99–110.
- Priatama, R., Ramadhan, I. H., Akalili, A., & Kulau, F. (2021). Analisis teknik digital marketing pada aplikasi TikTok. *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 49–60.
- Polyzos, D., & Koliatsas, I. (2025). DIGITAL ETHICS: THE DARK SIDE OF SOCIAL MEDIA ALGORITHMS. *Open Schools Journal for Open Science*, 8(2).
- Saragih, F. M., & Prasetya, M. D. A. (2025). Konsep Keseimbangan Pasar Dalam Ekonomi Mikro Islam: Antara Teori dan Realita. *Ekonomi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 38-44.
- Senaharjanta, I. (2021). Kapitalisme Digital Dalam Media Sosial Bigo Live. *Dialektika*, 9(1), 78-95.
- Setiawan, Z., Jauhar, N., Putera, D. A., Santosa, A. D., Fenanlampir, K., Sembel, H. F. & Rukmana, A. Y. (2023). Kewirausahaan digital. *Global Eksekutif Teknologi*.
- Situmorang, D. (2024). Social Media and Business Ethics in The Sharia Economy. *Jurnal Ilmiah Teunuleh*, 5(4), 235-251.
- Purwati, A., & Widaningsih, T. (2025). Kapitalisme budaya dan industri media: Komodifikasi konten dan nilai sosial di era digital. *Journal Scientific of Mandalika (JSM)*, 6(6), 1692–1710.
- Rahayu, Y., Zuhriatusobah, J., Lukman, N. M., Grisela, D., Septiani, S., Anggraeni, R., & Septiani, G. (2025). Pengenalan Potensi Monetisasi: Peran Media Sosial sebagai Sumber Pendapatan bagi Remaja. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 6(2), 900-911.
- Rahman, A. (2022). Implikasi monetisasi konten bagi creator di platform digital: Studi kasus Bigo Live. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 8(3), 200–215.
- Raka, Z. D. (2023). Etika bisnis Islam dalam konteks monetisasi aplikasi digital. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(4), 150–165.
- Ridyana, I. A. (2018). *Pembajakan film via Bigo Live: Perspektif hukum pidana Islam*. Al-Jinayah: Jurnal Hukum Pidana Islam, 3(2), 349–369.

- Rismawati, E. (2023). Etika Pelaku Bisnis pada Apotek Sunda Farma di Kecamatan Sepaku dalam Mengambil Keuntungan Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 3(2), 1811-1818.
- Saputra, T., & Wahid, A. (2023). Al-Ghazali dan pemikirannya tentang pendidikan tasawuf. *ILJ: Islamic Learning Journal*, 1(4), 935-954.
- Sirajuddin, & Nurmiati. (2022). Consumerism and rationality against cultural influence. *Jurnal Lama'isyir, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*.
- Supardi, S., Drajat, A., & Alfikri, M. (2023). Impact of social media on child morality in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(10), 650–659.
- Suwito, B. (2025). Algoritma vs Kehendak Bebas: Pilihan Moral dalam Era Digital. *Seri Filsafat Teologi*, 35(34), 387-403.
- Syaeful, B. (2024). Praktik monetisasi di platform *Streaming*: Implikasi terhadap etika bisnis. *Jurnal Bisnis Syariah*, 9(1), 30–42.
- Tahir, H. B., & Dewi, S. I. (2019). Eksploitasi perempuan dalam aplikasi Bigo *Live* ditinjau dari perspektif feminisme Marxis-Sosialis. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP)*, 8(1), 35–45.
- Wahdania, W. (2023). *Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Usaha Jual Beli Sepeda Motor Bekas di Kelurahan Langnga Kecamatan Mattiro Sompe Kabupaten Pinrang* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Wijoyo, H. (2022). Analisis teknik wawancara dalam penelitian kualitatif. *Academia.edu*, 1–10.

Website dan Laporan Daring

- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2024 [Indonesian Telecommunication Statistics 2024]*. Jakarta: BPS. Retrieved from <https://www.bps.go.id> pada 15 Januari 2026.
- DCO. (2024). *Digital economy trends 2025*. Diunduh dari <https://dco.org/wp-content/uploads/2024/12/Digital-Economy-Trends-2025.pdf> pada 15 Januari 2026.
- Dogtiev, A. (2025, January 21). *App monetization models 2025*. Business of Apps. <https://www.businessofapps.com/insights/app-monetization-models/> pada 15 Januari 2026.
- Global App Testing. (2023, Desember). *Top 30+ mobile app development statistics and facts*. Diakses dari <https://www.globalapptesting.com/blog/mobile-app-development-statistics-and-facts?> pada 15 Januari 2026.

Liputan6. (2024, 17 September). *Bigo Live perkuat komitmen keamanan, tambah tim moderasi konten 300 orang*. Diakses dari <https://www.liputan6.com/tekno/read/5703851/bigo-Live-perkuat-komitmen-keamanan-tambah-tim-moderasi-konten-300-orang> pada 15 Januari 2026.

Radar Kudus. (2024, 26 Agustus). *Simak! Kominfo bakal blokir Bigo Live di Indonesia, ini alasannya*. Diakses dari <https://radarkudus.jawapos.com/nasional/695018328/simak-kominfo-bakal-blokir-bigo-Live-di-indonesia-ini-alasannya> pada 15 Januari 2026.

Ridwan Soleh, “*Fenomena Bigo Live di Kalangan Anak Muda*”, Diakses dari <http://ridwansoleh.com/gosip-inspiratif/fenomena-bigo-Live-di-kalangan-anak-muda/> , pada 15 Januari 2026.

RRI. (2024, 22 Agustus). *Ini hasil patroli siber Kemenkominfo terhadap Bigo Live*. Diakses dari <https://rri.co.id/nasional/921204/ini-hasil-patroli-siber-kemenkominfo-terhadap-bigo-Live> pada 15 Januari 2026.