



Analisis Syariah Compliance Terhadap Skema Monetisasi Konten Digital: Studi Literatur Pada Pendapatan Google AdSense Dan Endorsement

Adelia Indah Gustina Harahap¹, Amyranda Khairunnisa Harahap², Cesia Azzahra Harahap³, Chika Aulia⁴, Fadilla Husna⁵, Faradita Kayla Putri⁶

Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan^{1,2,3,4,5,6}

		Abstrak
Received:	22 Juli 2026	Penelitian ini menganalisis kepatuhan syariah pada skema monetisasi konten digital, khususnya Google AdSense dan endorsement, dalam perspektif hukum ekonomi syariah. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi literatur dengan teknik analisis isi deskriptif-analitis terhadap konsep muamalah, akad syariah, dan etika bisnis Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa monetisasi konten digital merupakan bentuk muamalah kontemporer yang diperbolehkan sepanjang memenuhi kejelasan akad, kehalalan objek transaksi, dan prinsip etika bisnis. Google AdSense memiliki potensi ketidakpastian pada aspek transparansi pembagian keuntungan dan pengendalian objek iklan, sedangkan endorsement menunjukkan kejelasan akad yang lebih tinggi namun berisiko pada aspek kejujuran promosi dan kehalalan produk. Penelitian ini merumuskan model konseptual syariah compliance yang meliputi contract compliance, halal compliance, dan ethical compliance sebagai kerangka evaluasi monetisasi digital dalam ekonomi syariah.
Revised:	29 Juli 2026	
Accepted:	5 Agustus 2026	
Kata Kunci:		monetisasi konten digital, kepatuhan syariah, hukum ekonomi syariah, Google AdSense, endorsement.

(*) Corresponding Author: amyrandakhrp@gmail.com

How to Cite: Harahap, A. I. G., Harahap, A. K., Harahap, C. A., Aulia, C., Husna, F., & Putri, F. K. (2026). ANALISIS SYARIAH COMPLIANCE TERHADAP SKEMA MONETISASI KONTEN DIGITAL: STUDI LITERATUR PADA PENDAPATAN GOOGLE ADSENSE DAN ENDORSEMENT. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 12(8.B), 1-8. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/13790>.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah melahirkan transformasi signifikan dalam aktivitas ekonomi global, termasuk munculnya berbagai skema monetisasi konten digital seperti *Google AdSense* dan endorsement yang menjadi sumber pendapatan bagi content creator di berbagai platform media sosial. Transformasi ekonomi digital tidak hanya mengubah pola produksi dan distribusi informasi, tetapi juga menciptakan model bisnis baru yang memerlukan kajian dari perspektif hukum dan etika, termasuk dalam kerangka ekonomi syariah. Digitalisasi ekonomi dalam perspektif Islam menuntut integrasi antara inovasi teknologi dan prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab sosial dalam aktivitas bisnis (Kusuma, 2023). Oleh karena itu, fenomena monetisasi konten digital menjadi relevan untuk dikaji dalam perspektif *syariah compliance* guna memastikan praktik ekonomi digital tetap sesuai dengan prinsip muamalah Islam.

Salah satu bentuk monetisasi konten digital yang berkembang pesat adalah program *Google AdSense* yang memungkinkan *content creator* memperoleh pendapatan melalui sistem periklanan berbasis tayangan atau klik. Program ini merupakan bentuk kerja sama antara penyedia platform dan kreator konten yang menghasilkan keuntungan melalui penayangan iklan pada konten digital (Fathudin & Mukromin, 2021). Namun, dari perspektif hukum ekonomi syariah, praktik tersebut masih menimbulkan perdebatan terkait kejelasan akad, transparansi pembagian keuntungan, serta jenis konten iklan yang ditampilkan (Amu & Isima, 2024). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa mekanisme kerja sama dalam monetisasi

YouTube dapat dikategorikan sebagai akad *syirkah* atau *ju'alah* yang pada dasarnya diperbolehkan selama memenuhi prinsip syariah, meskipun terdapat potensi masalah terkait transparansi dan pengawasan konten iklan (Amu & Isima, 2024). Di sisi lain, penelitian lain menemukan bahwa program monetisasi tertentu dinilai belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip syariah karena ketidakjelasan pembagian nisbah keuntungan antara pihak-pihak yang terlibat (Arbaian & Nurhasanah, 2023).

Selain *AdSense*, *endorsement* juga menjadi salah satu skema monetisasi yang dominan dalam ekonomi digital melalui kerja sama promosi antara pelaku usaha dan *influencer*. Praktik *endorsement* dalam perspektif hukum ekonomi Islam umumnya dikategorikan sebagai akad *ijarah* atau sewa jasa yang diperbolehkan selama memenuhi syarat akad yang jelas, tidak mengandung unsur *gharar*, *riba*, dan penipuan, serta mempromosikan produk yang halal (Hardiati et al., 2024). Namun dalam praktiknya masih ditemukan berbagai pelanggaran terhadap etika bisnis Islam, seperti kurangnya transparansi dalam promosi, ketidaksesuaian informasi produk, dan pelanggaran prinsip moral dalam aktivitas pemasaran digital (Ayuningtyas, 2021). Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun *endorsement* menjadi strategi pemasaran yang efektif dalam ekonomi digital, aspek kepatuhan syariahnya masih memerlukan kajian lebih lanjut.

Penelitian terdahulu yang relevan menunjukkan bahwa kajian mengenai monetisasi konten digital dalam perspektif syariah telah dilakukan dengan berbagai fokus. Amu dan Isima (2024) menelaah monetisasi YouTube melalui Google *AdSense* dengan penekanan pada struktur akad serta keabsahan pendapatan menurut hukum Islam. Kajian tersebut menempatkan hubungan hukum antara platform, kreator, dan pengiklan sebagai dasar analisis untuk menilai kesesuaian mekanisme perolehan pendapatan dengan prinsip syariah. Luthfi et al. (2021) mengkaji implementasi akad dan mekanisme Google *AdSense* dalam bisnis periklanan digital, kemudian menyimpulkan bahwa konstruksi akad yang digunakan dapat dinilai sah sepanjang memenuhi rukun dan syarat akad dalam hukum Islam. Selanjutnya, Ayuningtyas (2021) meneliti praktik *endorsement* oleh digital *influencer* dengan menitikberatkan pada kesesuaiannya dengan etika bisnis Islam. Penelitian tersebut menyoroti aspek kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab dalam promosi produk sebagai indikator kepatuhan syariah. Fitri et al. (2025) membahas pendapatan content creator dari *endorsement* media sosial dengan fokus pada penerapan akad *ijarah* serta potensi ketidakjelasan dalam objek, manfaat, dan imbalan transaksi. Analisis tersebut menunjukkan bahwa ketidakjelasan unsur akad berpotensi memengaruhi keabsahan transaksi menurut hukum Islam. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih bersifat parsial karena hanya membahas satu bentuk monetisasi secara terpisah atau menggunakan pendekatan studi kasus empiris tertentu.

Berdasarkan kajian penelitian terdahulu tersebut, terdapat kesenjangan penelitian yang menunjukkan keterbatasan kajian mengenai kepatuhan syariah terhadap skema monetisasi konten digital secara komprehensif. Penelitian yang membandingkan berbagai bentuk monetisasi, seperti *AdSense* dan *endorsement* dalam satu kerangka analisis yang sistematis masih terbatas. Selain itu, Sebagian besar penelitian terdahulu menggunakan pendekatan empiris pada objek tertentu, sementara kajian yang bersifat konseptual melalui studi literatur sistematis mengenai kerangka syariah *compliance* dalam monetisasi konten digital masih jarang dilakukan.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini memiliki rasionalisasi untuk memberikan pemahaman konseptual yang lebih komprehensif mengenai kesesuaian skema monetisasi konten digital dengan prinsip syariah melalui pendekatan studi literatur. Kajian ini penting dilakukan karena meningkatnya profesi *content creator* sebagai sumber penghasilan

utama masyarakat digital serta munculnya berbagai model transaksi baru yang memerlukan landasan hukum Islam yang jelas.

Kebaruan penelitian ini terletak pada beberapa aspek yang membedakannya dari kajian sebelumnya. Penelitian ini mengintegrasikan analisis terhadap dua skema monetisasi utama dalam ekonomi digital, yaitu Google *AdSense* dan *endorsement* dalam perspektif *syariah compliance* secara simultan. Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan studi literatur untuk menyusun kerangka konseptual kepatuhan syariah terhadap monetisasi konten digital secara terstruktur. Penelitian ini juga menyajikan sintesis teoretis mengenai penerapan prinsip-prinsip muamalah dalam konteks ekonomi digital. Sintesis tersebut menghubungkan konsep dasar dalam fikih muamalah dengan praktik monetisasi konten yang berkembang melalui platform digital.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian ekonomi digital syariah serta memperkaya literatur mengenai kepatuhan syariah dalam praktik monetisasi konten digital di era ekonomi berbasis teknologi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi literatur (*library research*). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami konsep kepatuhan syariah terhadap skema monetisasi konten digital secara mendalam melalui analisis terhadap berbagai sumber literatur yang relevan, bukan melalui pengukuran kuantitatif. Studi literatur digunakan untuk mengkaji konsep, teori, serta temuan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan monetisasi konten digital, Google *AdSense*, *endorsement*, dan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah.

Pendekatan dan Kerangka Teoritis

Penelitian ini menggunakan perspektif hukum ekonomi syariah sebagai kerangka analisis utama, khususnya konsep muamalah dalam Islam yang mencakup prinsip kebolehan transaksi selama tidak terdapat dalil yang melarang, serta pemenuhan prinsip keadilan, transparansi, dan kejelasan akad. Analisis kepatuhan syariah dalam penelitian ini didasarkan pada beberapa konsep utama, yaitu:

1. Prinsip muamalah dalam Islam, yaitu kebolehan aktivitas ekonomi selama tidak mengandung unsur *riba*, *gharar*, dan *maisir*.
2. Konsep akad dalam ekonomi syariah, seperti *syirkah*, *ju'alah*, dan *ijarah*, yang digunakan untuk menganalisis mekanisme monetisasi digital.
3. Prinsip etika bisnis Islam, meliputi kejujuran, transparansi, keadilan, dan tanggung jawab dalam aktivitas ekonomi digital.
4. Konsep syariah *compliance*, yaitu kesesuaian aktivitas ekonomi dengan prinsip hukum Islam baik dari aspek transaksi, objek, maupun mekanisme operasional.

Kerangka teoretis tersebut digunakan untuk mengevaluasi kesesuaian skema monetisasi konten digital terhadap prinsip-prinsip ekonomi syariah secara sistematis.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi dengan menelusuri berbagai sumber literatur yang relevan dengan topik penelitian. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari artikel jurnal ilmiah yang membahas monetisasi konten digital, Google *AdSense*, *endorsement*, serta hukum ekonomi syariah; buku akademik yang mengkaji ekonomi digital dan bisnis syariah; serta dokumen ilmiah dan referensi lain yang berkaitan dengan konsep kepatuhan syariah dalam aktivitas ekonomi digital. Seluruh sumber dipilih berdasarkan relevansi substansi dan kredibilitas akademik.

Proses pengumpulan data dilaksanakan secara bertahap dan terstruktur. Tahap awal berupa identifikasi sumber literatur dengan menetapkan kata kunci yang sesuai dengan fokus penelitian, antara lain monetisasi konten digital, Google *AdSense*, *endorsement*, ekonomi syariah, dan syariah *compliance*. Tahap berikutnya berupa seleksi literatur dengan menilai kesesuaian topik, kualitas publikasi, serta kejelasan argumentasi ilmiah. Literatur yang terpilih kemudian diklasifikasikan berdasarkan tema pembahasan, seperti konsep monetisasi digital, mekanisme akad, serta prinsip syariah dalam transaksi digital. Selanjutnya, seluruh data diorganisasikan secara sistematis untuk memudahkan proses analisis dan menjaga konsistensi antarbagian kajian.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis isi dengan pendekatan deskriptif-analitis. Teknik ini diterapkan dengan menelaah isi literatur secara sistematis guna memperoleh pemahaman konseptual mengenai kepatuhan syariah terhadap monetisasi konten digital. Proses analisis diarahkan untuk mengidentifikasi pola argumentasi, kesesuaian konsep, serta hubungan antarunsur yang dibahas dalam berbagai sumber.

Tahapan analisis dimulai dengan reduksi data, yaitu pemilahan dan penyederhanaan informasi yang memiliki keterkaitan langsung dengan fokus penelitian. Data yang telah direduksi kemudian dikelompokkan berdasarkan tema, seperti mekanisme monetisasi digital, bentuk akad, dan prinsip syariah dalam transaksi. Tahap selanjutnya berupa interpretasi data melalui penafsiran temuan penelitian terdahulu dengan menggunakan perspektif hukum ekonomi syariah sebagai kerangka analisis. Hasil interpretasi tersebut kemudian diintegrasikan dalam bentuk sintesis konseptual untuk membangun kerangka analisis kepatuhan syariah terhadap monetisasi konten digital.

Berdasarkan keseluruhan tahapan tersebut, disusun kesimpulan yang merumuskan tingkat kesesuaian skema monetisasi konten digital dengan prinsip syariah. Dengan prosedur yang sistematis dan terstruktur, penelitian ini menghasilkan analisis konseptual yang koheren mengenai kepatuhan syariah dalam praktik monetisasi konten digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Monetisasi Konten Digital dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Perkembangan ekonomi digital telah menciptakan peluang baru bagi individu untuk memperoleh pendapatan melalui aktivitas produksi dan distribusi konten digital. Fenomena ini menunjukkan adanya transformasi struktur ekonomi dari ekonomi konvensional menuju ekonomi berbasis platform digital yang menuntut penyesuaian kerangka hukum ekonomi syariah terhadap model bisnis baru (Kusuma, 2023). Dalam perspektif Islam, aktivitas ekonomi pada dasarnya diperbolehkan selama tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan memenuhi nilai keadilan, kejujuran, serta tanggung jawab sosial.

Monetisasi konten digital merupakan bentuk aktivitas muamalah modern yang melibatkan hubungan kerja sama antara platform digital, pengiklan, dan content creator. Oleh karena itu, analisis kepatuhan syariah terhadap praktik tersebut perlu mempertimbangkan aspek akad, objek transaksi, mekanisme pembayaran, serta dampak sosial dari aktivitas ekonomi digital (Mainata et al., 2025).

Analisis Syariah *Compliance* terhadap Google *AdSense*

Berdasarkan hasil analisis literatur, Google *AdSense* merupakan sistem monetisasi berbasis periklanan digital yang memberikan pendapatan kepada content creator melalui kerja sama dengan platform digital. Mekanisme ini dijalankan melalui penayangan iklan pada konten yang diproduksi kreator, kemudian pendapatan yang diperoleh dari pengiklan dibagikan sesuai

ketentuan yang ditetapkan dalam sistem (Fathudin dan Mukromin, 2021). Dengan demikian, hubungan hukum yang terbentuk melibatkan platform sebagai penyedia layanan periklanan, kreator sebagai penyedia ruang promosi, serta pengiklan sebagai pihak yang memanfaatkan ruang tersebut.

Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, praktik monetisasi melalui Google AdSense dapat dianalisis melalui konstruksi beberapa bentuk akad, antara lain syirkah abdan dan ju'alah. Konstruksi tersebut pada dasarnya dapat dibenarkan sepanjang memenuhi rukun dan syarat akad, termasuk kejelasan para pihak, objek kerja sama, mekanisme imbalan, serta proporsi pembagian keuntungan (Amu dan Isima, 2024). Meskipun demikian, terdapat sejumlah isu yang memerlukan penelaahan lebih lanjut.

Aspek transparansi pembagian keuntungan antara platform dan content creator menjadi salah satu persoalan utama. Ketidakjelasan mengenai proporsi pendapatan atau perubahan kebijakan yang tidak disertai penjelasan rinci berpotensi menimbulkan ketidakpastian dalam akad. Kondisi ini dapat dikualifikasikan sebagai unsur gharar apabila informasi mengenai hak dan kewajiban para pihak tidak disampaikan secara jelas sejak awal perjanjian (Arbaien dan Nurhasanah, 2023). Selain itu, jenis konten iklan yang ditampilkan tidak selalu berada dalam kendali penuh content creator. Sistem penayangan iklan yang diatur secara otomatis oleh platform berpotensi menampilkan produk atau layanan yang tidak sejalan dengan prinsip syariah (Amu dan Isima, 2024). Keadaan tersebut menimbulkan risiko keterlibatan tidak langsung dalam promosi objek yang tidak memenuhi ketentuan kehalalan, sehingga perlu mekanisme penyaringan dan pengawasan yang memadai.

Sistem monetisasi berbasis tayangan atau klik juga memunculkan perdebatan mengenai kejelasan objek transaksi dan ukuran manfaat yang menjadi dasar imbalan. Dalam akad muamalah, objek dan imbalan harus dapat diidentifikasi secara jelas agar tidak menimbulkan sengketa di kemudian hari. Apabila indikator perhitungan pendapatan tidak dijelaskan secara terperinci, maka potensi ketidakpastian dalam transaksi semakin besar. Oleh karena itu, praktik monetisasi melalui Google AdSense dapat dinilai sesuai dengan prinsip syariah sepanjang terdapat kejelasan mekanisme kerja sama, transparansi pembagian keuntungan, serta pengendalian terhadap jenis iklan yang ditayangkan (Fathudin dan Mukromin, 2021)

Analisis Syariah *Compliance* terhadap *Endorsement*

Berbeda dengan Google AdSense yang dijalankan melalui sistem platform, endorsement merupakan bentuk monetisasi konten digital yang melibatkan kerja sama langsung antara pelaku usaha dan content creator dalam kegiatan promosi produk. Hubungan hukum yang terbentuk bersifat langsung karena para pihak menyepakati ruang lingkup pekerjaan, bentuk promosi, serta imbalan yang diberikan. Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, praktik endorsement umumnya dikategorikan sebagai akad ijarah karena terdapat pemberian imbalan atas jasa promosi yang dilakukan oleh kreator (Hardiati et al., 2024).

Hasil analisis menunjukkan bahwa endorsement memiliki tingkat kejelasan akad yang relatif lebih terstruktur dibandingkan sistem monetisasi berbasis platform. Kejelasan tersebut tampak pada adanya kesepakatan eksplisit mengenai objek jasa, durasi promosi, media yang digunakan, serta besaran imbalan yang diterima (Fitri et al., 2025). Struktur kesepakatan yang langsung antara para pihak meminimalkan ketidakpastian mengenai hak dan kewajiban masing-masing. Meskipun demikian, praktik endorsement tetap mengandung sejumlah potensi pelanggaran prinsip syariah yang perlu dicermati.

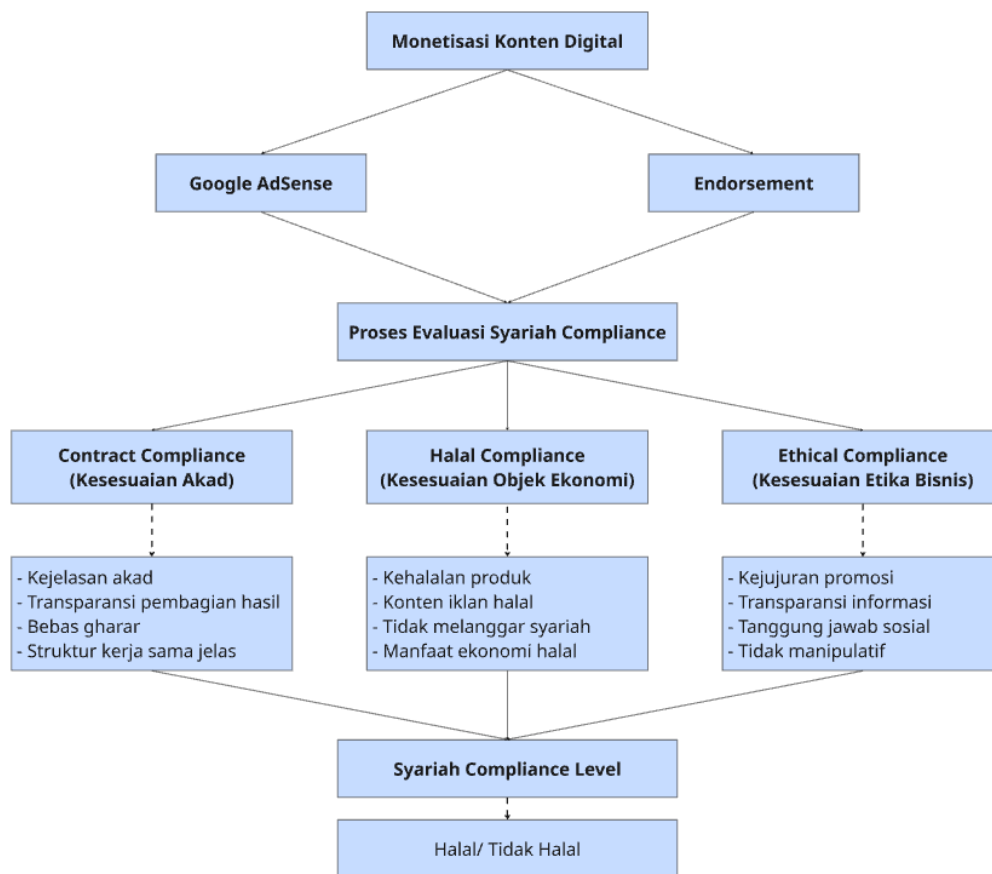
Permasalahan yang sering ditemukan berkaitan dengan kurangnya transparansi dalam penyampaian informasi produk. Beberapa praktik promosi tidak menyajikan informasi secara jujur dan proporsional kepada konsumen, sehingga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman

(Ayuningtyas, 2021). Tindakan tersebut bertentangan dengan prinsip kejujuran dan tanggung jawab yang menjadi dasar etika bisnis Islam.

Selain itu, tidak seluruh praktik endorsement mempertimbangkan kehalalan produk yang dipromosikan. Apabila produk yang menjadi objek promosi tidak memenuhi ketentuan syariah, maka keterlibatan dalam promosi tersebut dapat dinilai sebagai partisipasi dalam transaksi yang tidak sah (Hardiati et al., 2024). Oleh karena itu, verifikasi terhadap karakteristik produk menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari tanggung jawab kreator.

Potensi pelanggaran juga muncul dalam bentuk manipulasi informasi atau penyampaian klaim yang berlebihan. Praktik promosi yang tidak didukung oleh fakta yang dapat diverifikasi berisiko mengarah pada unsur penipuan yang dilarang dalam Islam (Putri, 2024). Dengan demikian, endorsement pada dasarnya dapat dibenarkan dalam hukum ekonomi syariah sepanjang memenuhi kejelasan akad, menjunjung kejujuran dan transparansi, serta memastikan kehalalan produk yang dipromosikan.

Model Konseptual Syariah *Compliance* terhadap Monetisasi Konten Digital



Gambar 1. Skema Monetisasi Konten Digital

Berdasarkan hasil sintesis literatur, penelitian ini menghasilkan model konseptual evaluasi kepatuhan syariah terhadap skema monetisasi konten digital sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1. Model ini menggambarkan bahwa kepatuhan syariah dalam monetisasi konten digital ditentukan oleh tiga dimensi utama, yaitu kesesuaian akad transaksi, kesesuaian objek ekonomi, dan kesesuaian etika bisnis digital.

Dimensi pertama adalah kesesuaian akad transaksi (*contract compliance*), yang berkaitan dengan kejelasan struktur kerja sama antara pihak yang terlibat, transparansi

pembagian keuntungan, serta ketiadaan unsur gharar dalam mekanisme monetisasi digital. Dimensi ini menekankan pentingnya kejelasan hubungan kontraktual antara platform digital, pengiklan, dan content creator sesuai dengan prinsip muamalah Islam.

Dimensi kedua adalah kesesuaian objek ekonomi (halal compliance), yang menilai kehalalan produk atau layanan yang dipromosikan serta kesesuaian konten iklan dengan prinsip syariah. Dimensi ini memastikan bahwa aktivitas monetisasi tidak melibatkan objek transaksi yang dilarang dalam Islam dan memberikan manfaat ekonomi yang halal.

Dimensi ketiga adalah kesesuaian etika bisnis digital (ethical compliance), yang mencakup kejujuran dalam promosi, transparansi informasi kepada konsumen, serta tanggung jawab sosial dalam aktivitas ekonomi digital. Dimensi ini menegaskan bahwa kepatuhan syariah tidak hanya berkaitan dengan aspek hukum transaksi, tetapi juga aspek moral dan etika bisnis.

Model ini menunjukkan bahwa kepatuhan syariah dalam monetisasi konten digital merupakan hasil interaksi antara mekanisme transaksi, objek ekonomi, dan praktik etika bisnis digital. Dengan demikian, evaluasi kepatuhan syariah terhadap Google AdSense dan endorsement harus dilakukan secara komprehensif melalui ketiga dimensi tersebut.

PENUTUP

Penelitian ini bertujuan menganalisis kesesuaian skema monetisasi konten digital, khususnya Google AdSense dan endorsement, dengan prinsip hukum ekonomi syariah serta merumuskan model konseptual syariah compliance melalui pendekatan studi literatur. Hasil analisis menunjukkan bahwa monetisasi konten digital merupakan bentuk muamalah kontemporer yang dapat dibenarkan sepanjang memenuhi kejelasan akad, kehalalan objek transaksi, dan penerapan etika bisnis sesuai prinsip syariah. Dengan demikian, penilaian compliance tidak hanya bertumpu pada bentuk kontraktual, tetapi juga pada substansi dan pelaksanaan transaksi.

Terkait Google AdSense, penelitian menunjukkan bahwa sistem monetisasi berbasis platform ini dapat dinilai sesuai dengan hukum ekonomi syariah apabila mekanisme kerja sama dijelaskan secara terbuka, proporsi pembagian keuntungan dinyatakan secara tegas, dan terdapat pengendalian terhadap jenis iklan yang ditayangkan. Namun, karakter sistem yang berbasis algoritma serta keterbatasan kendali kreator terhadap konten iklan menimbulkan potensi ketidakpastian, khususnya dalam aspek transparansi pendapatan dan kesesuaian objek promosi dengan ketentuan halal. Oleh karena itu, tingkat kepatuhan syariah Google AdSense ditentukan oleh kejelasan akad dan efektivitas mekanisme pengawasan terhadap konten iklan.

Adapun pada praktik endorsement, penelitian menemukan bahwa struktur akad cenderung lebih jelas karena didasarkan pada kesepakatan langsung antara pelaku usaha dan content creator mengenai ruang lingkup jasa, bentuk promosi, serta imbalan. Kejelasan tersebut memudahkan pemenuhan prinsip kepastian hak dan kewajiban para pihak. Meskipun demikian, endorsement tetap berpotensi menyimpang dari prinsip syariah apabila promosi tidak dilakukan secara jujur, informasi produk tidak disampaikan secara transparan, atau objek yang dipromosikan tidak memenuhi ketentuan halal. Dengan demikian, kejelasan akad harus disertai konsistensi pelaksanaan yang sesuai dengan nilai etika bisnis Islam.

Secara komparatif, endorsement menunjukkan tingkat kejelasan akad yang lebih tinggi karena adanya hubungan kontraktual langsung antara para pihak. Sebaliknya, Google AdSense menghadapi tantangan pada aspek transparansi mekanisme dan pengendalian objek promosi. Oleh sebab itu, tingkat kepatuhan syariah masing-masing skema monetisasi ditentukan oleh

kejelasan struktur akad, pengawasan terhadap objek transaksi, dan penerapan etika bisnis secara konsisten.

Penelitian ini memberikan kontribusi konseptual dalam pengembangan kajian ekonomi digital syariah dengan mengintegrasikan analisis terhadap dua skema monetisasi secara simultan serta menyusun kerangka evaluasi kepatuhan syariah yang terstruktur. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi dasar bagi kajian lanjutan yang menguji implementasi empiris monetisasi konten digital dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

REFERENSI

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. <https://journal.iain-manado.ac.id/index.php/JI>

Arbaen, M. F. N., & Nurhasanah, E. (2023). Analisis program monetisasi YouTube menurut hukum ekonomi syariah. *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(1), 51–64. <https://doi.org/10.15575/am.v10i1.21242>

Ayuningtyas, F. N. (2021). Strategi promosi endorsement oleh digital influencer dalam etika bisnis Islam. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4(3), 160–173. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n3.p160-173>

Fathudin, & Mukromin, M. (2021). Advertising business pada Google AdSense di YouTube perspektif ekonomi syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3), 1722–1729. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3598>

Fitri, I. R., Alizam, N., Nisa, S. A., Jaenudin, & Herdiana, D. (2025). Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap income konten kreator TikTok sebagai sumber penghasilan. *Media Hukum Indonesia*, 4(1), 120–129. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17839099>

Hardiati, N., Latifah, I., & Fitriani. (2024). Implementasi sewa jasa endorsement dalam meningkatkan penjualan produk dalam perspektif hukum ekonomi Islam. *Media Hukum Indonesia*, 2(4), 132–137. <https://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/MHI/index>

Kusuma, K. A. (2023). Pengantar bisnis digital dalam perspektif Islam. UMSIDA Press.

Luthfi, A. H., Hidayatullah, A. R. A., Dewi, N. N., Saputra, I. Y., & Shinta, S. H. (2021). Tinjauan hukum Islam terhadap implementasi akad dan mekanisme Google AdSense dalam bisnis iklan. *Az-Zarqa': Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 13(2). <https://ejournal.uin-suka.ac.id/syariah/azzarqa/index>

Mainata, D., Natsir, I., Arsyi, W. A., & Monoarfa, H. (2025). Digitalisasi ekonomi dan keuangan syariah. Az-Zahra Media Society.

Putri, H. M. (2024). Analisis praktik endorsement ditinjau dari hukum ekonomi syariah (Studi kasus pada selebgram Banjarmasin). *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory*. <https://shariajournal.com/index.php/IJIJEL/>