

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Transformasi digital memicu perubahan mendalam di berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam hal cara masyarakat menghasilkan pendapatan. Diantara bidang yang mengalami perkembangan pesat adalah ekonomi kreatif digital, di mana pelaku seperti YouTuber, influencer, selebgram, pengembang aplikasi, konten creator, affiliator e-commerce dan pelaku ekonomi kreatif digital lainnya menjadi bagian penting dari ekosistem ekonomi¹. Data dari Badan Ekonomi Kreatif menunjukkan bahwa sektor ini terus memberikan sumbangsih yang berarti terhadap PDB (Produk Domestik Bruto), yang jumlahnya terus meningkat setiap tahun. Dalam laporan terkini, ekonomi kreatif berkontribusi sekitar 7,4% terhadap PDB Indonesia pada tahun 2023, dengan subsektor berbasis digital menjadi pendorong utama pertumbuhan ini².

Perkembangan teknologi telah membuka akses internet bagi seluruh lapisan masyarakat. Internet bukan sekedar mempercepat dan mempermudah akses informasi, tetapi juga menyediakan beragam media sosial, serta menghadirkan beragam layanan belanja online (e-commerce) seperti Shopee dan TikTok. Di antara platform tersebut, YouTube dan Instagram menjadi media yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber penghasilan. Awalnya hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, kini kedua platform tersebut menawarkan berbagai konten menarik yang memberikan peluang ekonomi bagi penggunanya³.

YouTube juga digunakan sebagai media promosi untuk berbagai produk, iklan pendidikan, dan banyak hal lainnya. Dengan semakin banyaknya pengguna internet yang menonton konten di platform ini, YouTube dan Instagram menjadi

¹ Aulia Daisy Arsy Syafitri dan Fauzatul Laily Nisa, "Perkembangan serta Peran Ekonomi Kreatif di Indonesia dari Masa ke Masa," *JURNAL EKONOMI BISNIS DAN MANAJEMEN* 2, no. 3 (8 Juni 2024): 189–98, <https://doi.org/10.59024/jise.v2i3.810>.

² Imelga Agnesia, "Ekonomi Kreatif Indonesia: Transformasi Digital Mengubah Gagasan Menjadi Penghasilan," <https://sites.unnes.ac.id/kimefe/2024/07/ekonomi-kreatif-indonesia-transformasi-digital-mengubah-gagasan-menjadi-penghasilan/>, Juli 2024.

³ Humas STMIK Triguna Dharma, "Pertumbuhan Akses Internet di Indonesia Sangat Pesat Memacu STMIK Triguna Dharma Melesat," <https://fresh.trigunadharma.ac.id/detail/pertumbuhan-akses-internet-di-indonesia-sangat-pesat-memacu-stmik-triguna-dharma-melesat>, 7 Oktober 2024.

sumber pendapatan bagi creator pemilik jumlah penonton (viewer) atau pelanggan (subscriber) tertentu. Semakin tinggi jumlah penonton, semakin besar pula potensi pendapatan yang dapat diperoleh kreator konten. Selain itu, metode pemasaran e-commerce kini semakin berkembang, di mana masyarakat dapat berpartisipasi dalam mempromosikan produk atau layanan dari toko di Shopee atau TikTok dan memperoleh komisi atau imbalan atas setiap penjualan atau tindakan yang dihasilkan dari promosi tersebut⁴.

Kemajuan teknologi di era modern memungkinkan seseorang memperoleh pendapatan yang signifikan hanya melalui media sosial. Dengan ketekunan dan strategi yang tepat, pendapatan yang dihasilkan bisa mencapai jumlah yang besar, cukup dengan bermodalkan perangkat elektronik, akses internet, serta pemahaman tentang digital creator dan digital marketing. Konten kreator, atau pembuat konten di media sosial, adalah individu yang berkontribusi dalam menyajikan informasi melalui berbagai jenis media, termasuk media digital dalam konteks tertentu⁵. Sementara itu, konten merupakan bentuk seni yang dapat digunakan untuk mengekspresikan diri, menyebarkan informasi, memasarkan produk, atau mempublikasikan suatu ide⁶. Dalam proses pembuatan konten, terdapat tanggung jawab yang harus dipenuhi, seperti pemeliharaan dan pembaruan konten, pengelolaan akun media sosial, penyuntingan materi, serta pendistribusian konten ke berbagai platform digital⁷.

APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) menginformasikan tentang jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2023 tercatat sebanyak 210 juta jiwa, atau sekitar 77 persen dari total populasi nasional. Capaian ini merepresentasikan peningkatan yang signifikan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, sekaligus menjadi fondasi penting dalam akselerasi pertumbuhan

⁴ Inspirasi Shopee, "Daftar Gaji Content Creator di Indonesia, Cek Gaji Tertinggi!," <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/gaji-content-creator/>, 9 Juli 2024.

⁵ Inspirasi Shopee, "Content Creator: Pengertian dan Tanggung Jawabnya," <https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/content-creator-adalah/>, 24 Januari 2025.

⁶ Irene Didy, "Content Creator: Arti, Tugas, Skill, Gaji, & Cara Menjadinya," <https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-content-creator/>, 21 Januari 2025.

⁷ Devina C, "Pengertian Social Media Specialist: Tanggung Jawab, Skill, dan Contoh Portofolionya," <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-social-media-specialist-tanggung-jawab-skill-dan-contoh-portofolionya/>, t.t.

ekonomi digital nasional⁸. Selaras dengan temuan tersebut, laporan kolaboratif yang disusun oleh Google, Temasek, dan Bain & Company (2023) mengungkapkan bahwa nilai ekonomi digital Indonesia pada tahun 2022 diperkirakan mencapai USD 77 miliar, dan diproyeksikan akan meningkat menjadi USD 130 miliar pada tahun 2025⁹. Pertumbuhan ini didorong secara dominan oleh tiga sektor utama, yakni e-commerce, teknologi finansial (fintech), dan konten digital, yang secara simultan mencerminkan pergeseran pola konsumsi dan gaya hidup masyarakat yang semakin terintegrasi dengan teknologi digital¹⁰.

Media sosial kini tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga menjadi sumber penghasilan. Platform populer seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Facebook dimanfaatkan para konten kreator untuk menghasilkan pendapatan, baik melalui pembuatan konten maupun program afiliasi yang memberi komisi dari penjualan produk melalui tautan referensi. Peran kreator digital di berbagai platform ini sangat signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif digital di Indonesia, yang terbukti berkembang pesat.¹¹

Berdasarkan Data Reportal, pada tahun 2024, YouTube di Indonesia memiliki 824 saluran yang telah melampaui 1.000.000 pelanggan (subscribers). Selain itu, terdapat sebanyak 139 juta pengguna internet, yang setara dengan 50,4% dari total populasi Indonesia, yang aktif mengakses aplikasi YouTube. Dari jumlah tersebut, 53,1% pengguna adalah wanita dan 46,9% adalah pria¹².

⁸ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), “Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang”, <https://teknologi.bisnis.com/read/20230308/101/1635219/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>

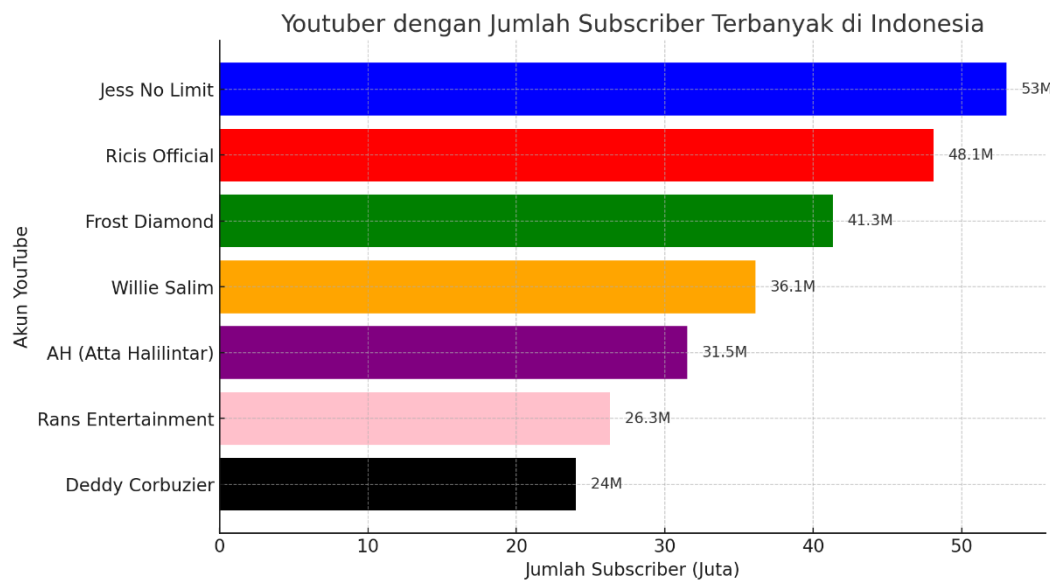
⁹ Adi Ahdiat, “Ini Nilai Ekonomi Digital Indonesia Tahun 2022 menurut Google, databoks.katadata.co.id, <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/11/17/ini-nilai-ekonomi-digital-indonesia-tahun-2022-menurut-google>.”

¹⁰ Google Indonesia, “Laporan e-Conomy SEA 2022 memproyeksikan ekonomi digital Indonesia akan mencapai US\$77 miliar pada akhir tahun”, https://blog.google/intl/id-id/company-news/outreach-initiatives/2022_11_economy-sea-2022-indonesia/

¹¹ Dodon Alfiander dkk., “FROM CONTENT TO OBLIGATION: Adapting Zakat Law for Digital Creators,” *MADANIA Jurnal Kajian Keislaman* Vol. 28, no. 2 (Desember 2024): 191–202, <https://doi.org/10.29300/madania.v28i2.5843>.

¹² Rizaludin Kurniawan, M. Arifin Purwakananta, dan dkk, *Potensi Zakat Youtuber, Influencer, Dan Affiliator E-Commerce di Indonesia 2024*, 1 ed. (Jakarta: Pusat Kajian Strategis - Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS), 2024).

Data ini menunjukkan bahwa YouTube di Indonesia adalah platform yang sangat berpengaruh, digunakan oleh berbagai kalangan untuk berbagai tujuan, baik sebagai sarana hiburan, edukasi, maupun sebagai sumber penghasilan. Berikut beberapa youtuber dengan pengikut terbanyak.



Gambar 1. Youtuber dengan Jumlah Pengikut Terbanyak di Indonesia

Sumber: Social Blade, 2024

Berdasarkan data di atas, YouTuber dengan subscriber terbanyak di Indonesia adalah Jess No Limit dengan 53 juta pengikut melalui konten gaming Mobile Legends. Disusul Ricis Official (48,1 juta) dengan konten gaya hidup, Frost Diamond (41,3 juta) dengan konten Minecraft, dan Willie Salim (36,1 juta) yang terkenal karena berbagi kepada pedagang kecil. Atta Halilintar (AH) memiliki 31,5 juta subscriber dengan konten kehidupan keluarga, sementara Rans Entertainment (26,3 juta) menawarkan konten serupa. Deddy Corbuzier melengkapi daftar dengan 24 juta subscriber melalui podcast seputar berita terkini.¹³

Berikut estimasi penghasilan terbesar Youtuber di Indonesia tahun 2024, berdasarkan data liputan6 yang dikutip dari situs Social Blade hari senin 3/6/2024¹⁴.

¹³ Kurniawan, dkk, *Potensi Zakat Youtuber, Influencer, Dan Affiliator E-Commerce di Indonesia 2024*.

¹⁴ Laudia Tysara, "10 YouTuber Terkaya di Indonesia Tahun 2024," <https://www.liputan6.com/hot/read/5610594/10-youtuber-terkaya-di-indonesia-tahun-2024-raffi-ahmad-dan-atta-halilintar-lewat?page=2>, 3 Juni 2024.



Gambar 2. Youtuber Terkaya di Indonesia tahun 2024.

Sumber: Liputan6

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa sejumlah YouTuber Indonesia meraih pendapatan fantastis dari konten digital. Klara Tania (konten horor) dengan 16,7 juta subscriber diperkirakan memperoleh hingga Rp26,5 miliar per bulan. Vilmei (review dan vlog) meraih sekitar Rp18,7 miliar dari 17,6 juta subscriber, sedangkan Willie Salim dengan 28,1 juta subscriber menghasilkan hingga Rp17 miliar melalui vlog dan eksperimen sosial. Di kategori gaming, Frost Diamond (36 juta subscriber) memperoleh sekitar Rp1,1 miliar per bulan. YouTuber populer lain seperti Yudist Ardhana, Ria Ricis, Jess No Limit, Deddy Corbuzier, Arif Muhammad, dan MiawAug juga mencatat pendapatan ratusan juta hingga miliaran rupiah. Fakta ini menunjukkan YouTube sebagai salah satu lahan ekonomi kreatif yang sangat menjanjikan.

Di sisi lain, TikTok juga menunjukkan daya saing signifikan dalam ranah media sosial. Laporan Social Insider tahun 2023 mencatat bahwa TikTok di Indonesia memiliki lebih dari 109 juta pengguna aktif, setara dengan 39,8% populasi. Dominasi pengguna perempuan (63,5%) dan sebaran usia yang mayoritas di atas 25 tahun (55,7%) menunjukkan bahwa platform ini memiliki cakupan demografis yang luas dan potensial bagi monetisasi konten digital.

Dari keseluruhan data ini, dapat disimpulkan bahwa ekosistem ekonomi kreatif digital, khususnya melalui platform YouTube dan TikTok, menawarkan

peluang penghasilan yang sangat besar bagi para kreator konten. Fenomena ini sekaligus mencerminkan dinamika persaingan yang kian kompetitif, di mana keberhasilan tidak lagi ditentukan oleh popularitas semata, melainkan oleh konsistensi, kualitas konten, dan strategi interaksi dengan audiens.



Gambar 3. TikTokers dengan Jumlah Pengikut Terbanyak di Indonesia

Sumber: Sribu, 2024

Dapat disimpulkan dari gambar di atas bahwa Akun TikTok dengan pengikut terbanyak di Indonesia adalah Willie Salim dengan 53,9 juta pengikut, terkenal dengan konten kebaikan sosial. Disusul Meicy Villia (47,3 juta) yang menampilkan konten filantropi, dan Ria Ricis (44,3 juta) dengan gaya hidup hijaber ceria. Berikutnya Ibnu Wardani (26,2 juta), Fujianti (26,1 juta), Benjamin (23 juta), dan Mega (21,3 juta). Sisca Kohl memiliki 18 juta pengikut, diikuti Nadya Khietna (17,9 juta) dan Julia Putri (17,6 juta). Data ini menunjukkan dominasi konten inspiratif, filantropis, dan menghibur di TikTok Indonesia.

Selanjutnya, Instagram menjadi salah satu platform media sosial paling populer di Indonesia. Data Reportal 2023 mencatat 89 juta pengguna aktif, setara 32,2% populasi Indonesia. Dari 100 akun dengan pengikut terbanyak, 91,6% berasal dari selebriti dan influencer, sementara kategori lain hanya menyumbang 5%, game dan hiburan 2,6%, serta politik 0,8%. Secara demografis, pengguna terdiri dari 51,6% wanita dan 48,4% pria. Berdasarkan usia, 48,3% berusia di bawah 25 tahun, sedangkan 51,7% di atas 25 tahun. Temuan ini menunjukkan bahwa

Instagram didominasi oleh figur publik serta memiliki basis pengguna yang seimbang secara gender dengan mayoritas berada pada rentang usia dewasa.¹⁵



Gambar 4. Selebgram dengan Jumlah Pengikut Terbanyak di Indonesia Sumber: Data Peneliti, 2024

Akun Instagram dengan pengikut terbanyak di Indonesia ditempati Raffi Ahmad dan Nagita Slavina dengan 75,9 juta pengikut, menghadirkan konten gaya hidup, hiburan, dan aktivitas keluarga. Di posisi berikutnya, Presiden Joko Widodo memiliki 58,7 juta pengikut dengan konten aktivitas kenegaraan, disusul Ayu Ting Ting (56,9 juta) yang menampilkan hiburan dan gaya hidup. Prilly Latuconsina memiliki 56 juta pengikut, Raisa Andriana 37,6 juta, dan Atta Halilintar 37,1 juta. Aurelie Hermansyah diikuti 35,5 juta pengikut, Sandra Dewi 24,2 juta, Raditya Dika 22,3 juta, serta Ridwan Kamil 21,9 juta. Akun lainnya seperti Fujianti Utami Putri (16,6 juta), Titi Kamal (16,4 juta), Prabowo Subianto (12,9 juta), Deddy Corbuzier (11,8 juta), dan Fadil Jaidi (11,7 juta) juga masuk jajaran populer. Data ini menunjukkan dominasi selebriti, figur publik, dan tokoh politik dalam ekosistem Instagram Indonesia.

¹⁵ Kurniawan, dkk, *Potensi Zakat Youtuber, Influencer, Dan Affiliator E-Commerce di Indonesia 2024*.

Salah satu bentuk ekonomi kreatif digital yang kini mendapat sorotan signifikan adalah program Affiliate E-Commerce, khususnya program Shopee Affiliate yang menjadi salah satu yang paling diminati. Pada 2019 program ini pertama kali diperkenalkan oleh Shopee sebagai bagian dari strategi pemasaran digital berbasis partisipasi komunitas pengguna media sosial. Shopee Affiliate bertujuan untuk memberikan peluang penghasilan tambahan kepada para pengguna dengan cara mempromosikan berbagai produk yang tersedia di platform Shopee. Melalui skema ini, para peserta dapat memperoleh komisi tetap hingga lima persen dari setiap penjualan produk yang berasal dari ShopeeMall, Shopee Supermarket, Star+, dan Star¹⁶. Di samping komisi dasar tersebut, Shopee juga menawarkan insentif tambahan berupa komisi ekstra tanpa batas maksimum per transaksi, pemberian produk gratis bagi peserta yang mengikuti kampanye tertentu, serta bonus komisi hingga 15 persen khusus bagi anggota yang tergabung dalam program Shopee Affiliate Millionaire Leaders. Skema ini menunjukkan bahwa model afiliasi e-commerce telah berkembang menjadi instrumen strategis dalam mengintegrasikan media sosial dan aktivitas pemasaran digital berbasis kinerja¹⁷.

Beberapa affiliator Shopee yang berhasil mendapatkan penghasilan besar di Indonesia diantaranya adalah Nurwinda, yang berhasil mendapatkan penghasilan ratusan juta rupiah. Lila Azmina, yang berhasil mendapatkan penghasilan ratusan juta rupiah melalui Shopee Live. Fuji Utami, yang berhasil mendapatkan penghasilan ratusan juta rupiah dalam waktu tiga minggu. Mirah Ayu, yang berhasil mendapatkan penghasilan Rp100 juta per bulan.

Selain Shopee Affiliate, TikTok juga memiliki program Affiliate nya. Dimana banyak Affiliator TikTok yang meraup penghasilan dari program tersebut.

¹⁶ Jubelio. "Komisi 1 Juta/Hari Begini Cara Kerja Shopee Affiliate Bagi Pemula." *Jubelio*, 2024, <https://jubelio.com/komisi-1-juta-hari-begini-cara-kerja-shopee-affiliate-bagi-pemula/>

¹⁷ Kurniawan, dkk, *Potensi Zakat Youtuber, Influencer, Dan Affiliator E-Commerce di Indonesia 2024*.



Gambar 5. Affiliator TikTok dengan Penghasilan Terbesar di Indonesia Sumber: Ekonomi Okezone, 2024

Sebagai gambaran, pada grafik diatas dijelaskan mengenai beberapa akun affiliator TikTok dengan komisi penghasilan terbesar yaitu Natasha Surya yang meraih 163 juta rupiah. Kemudian 805 Gadget dengan komisi penghasilan sebesar 95,9 juta rupiah. Lalu Renny Antonius dengan komisi penghasilan sebesar 80,7 juta rupiah. Selanjutnya Koh Cun dengan penghasilan 79,6 juta rupiah. Raymond Halim dengan penghasilan 76,1 juta, terakhir Herian Larlius dengan penghasilan 67,6 juta rupiah.

Inilah Gambaran betapa pesatnya perkembangan ekonomi kreatif Digital di Indonesia. Yang tentunya ini menjadi ekosistem ekonomi kreatif yang menjadi perhatian Masyarakat Indonesia saat ini. Maka, fenomena ini menunjukkan bahwa pelaku ekonomi kreatif digital memiliki potensi besar untuk memberikan dampak ekonomi, sosial, dan budaya. Namun, dalam konteks ekonomi Islam, muncul pertanyaan terkait kewajiban zakat atas penghasilan yang diperoleh dari aktivitas tersebut.

Zakat berperan mewujudkan distribusi kekayaan yang merata, menanggulangi ketimpangan ekonomi, serta memperkuat ikatan solidaritas sosial di tengah masyarakat. Namun, penerapan kewajiban zakat pada penghasilan pelaku ekonomi kreatif digital masih menjadi isu yang belum terstandarisasi secara tegas.

Hal ini dikarenakan penghasilan dari sektor ini memiliki karakteristik yang unik, seperti ketidakstabilan pendapatan, model bisnis berbasis teknologi, dan sumber penghasilan yang beragam¹⁸.

Zakat sebagai rukun ketiga dari lima rukun Islam, memiliki kedudukan yang tinggi dalam ajaran Islam. Selain merupakan bentuk ibadah yang memiliki dimensi spiritual, zakat juga berperan sebagai instrumen distribusi ulang kekayaan yang mempunyai tujuan untuk membuat keseimbangan sosial dan stabilitas ekonomi dalam masyarakat. Menurut BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional), potensi zakat nasional pada tahun 2024 diperkirakan sampai Rp327,6 triliun. Namun demikian, realisasi penghimpunannya masih jauh dari potensi tersebut, yaitu hanya sekitar Rp33 triliun, sementara target yang ditetapkan untuk tahun tersebut mencapai Rp41 triliun. Disparitas ini mencerminkan tantangan dalam optimalisasi pengumpulan zakat yang perlu segera direspons secara sistematis dan terukur. Sedangkan di tahun 2025 diprediksikan potensi zakat yang ditargetkan akan mencapai 50 triliun. Hal ini menunjukkan bahwa optimalisasi zakat masih menjadi tantangan besar, khususnya dalam sektor-sektor baru seperti ekonomi kreatif digital¹⁹.

Sebagai instrumen ekonomi Islam, zakat mampu memberikan solusi terhadap kesenjangan ekonomi umat dengan cara mendistribusikan harta dari golongan yang mampu kepada yang membutuhkan. Fungsi zakat dalam memperkuat solidaritas sosial dan memberdayakan masyarakat miskin dapat menjadi kunci dalam mengurangi tingkat kemiskinan di Indonesia. Laporan dari BPS menunjukkan bahwa tingkat kemiskinan Indonesia pada tahun 2023 mencapai 9,36%, dan zakat dapat memainkan peran strategis dalam menurunkan angka tersebut jika dikelola dengan baik dan mencakup seluruh sektor, termasuk ekonomi digital²⁰.

Dalam perspektif fikih Islam, zakat penghasilan memperoleh perhatian yang cukup signifikan. Menurut Yusuf al-Qardhawi zakat atas penghasilan adalah

¹⁸ Refi A Herdian fauzi, Akbar B Pratama Aditya, dan Rido C maulana, "Peran Zakat dalam Stabilitas Ekonomi Syariah," *Jurna; Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak*, no. 4 (2024): 153–60, <https://doi.org/10.61132/jbep.v1i4.714>.

¹⁹ Kurniawan, Purwakananta, dan dkk, *Potensi Zakat Youtuber, Influencer, Dan Affiliator E-Commerce di Indonesia 2024*.

²⁰ Herdian fauzi, Pratama Aditya, dan maulana, "Peran Zakat dalam Stabilitas Ekonomi Syariah."

kewajiban syar'i yang mesti dilaksanakan setiap Muslim yang memperoleh pendapatan melebihi batas nisab. Zakat ini ditetapkan atas harta yang diperoleh seorang Muslim melalui berbagai sumber yang sah. Para ulama mengkategorikan zakat penghasilan dalam cakupan al-mal al-mustafad, yaitu setiap bentuk harta yang memberikan manfaat ekonomis, seperti gaji, hadiah, bantuan tunai, keuntungan usaha, warisan, hingga dividen saham. Dengan demikian, apabila total penghasilan seseorang, apabila digabungkan dengan aset lainnya, telah mencapai nisab setara emas atau perak dan memenuhi haul, dengan demikian wajib ditunaikan zakat sebesar 2,5 persen dari jumlah tersebut²¹.

Content Creator seperti youtuber, selebgram, tiktokers, serta penggiat sosial media lainnya merupakan profesi yang dapat meraup pendapatan jutaan bahkan sampai miliaran rupiah. Suatu profesi yang telah mencapai batas minimum untuk wajib zakat (nisab) maka dapat dikenakan wajib zakat. Zakat ini diwajibkan apabila penghasilan yang diperoleh berasal dari sumber yang halal serta telah mencapai batas nisab yang setara dengan ketentuan zakat atas penghasilan profesi lainnya. Dengan demikian, zakat profesi dipandang sebagai bagian integral dari kewajiban finansial seorang Muslim dalam rangka menjaga keseimbangan ekonomi dan keadilan sosial.

Seorang Content Creator mendapatkan penghasilannya melalui internet, yang mana penghasilan ini sama saja dengan penghasilan profesi lainnya seperti pengusaha, dokter, guru, dan lainnya selama penghasilan tersebut didapatkan dari hal yang baik dan halal. Adapun harta yang wajib dikeluarkan zakatnya adalah harta yang halal, maka wajib hukumnya mengeluarkan zakat untuk content creator pada media sosial yang menghasilkan pendapatan dan sudah sesuai dengan ketentuan untuk mengeluarkan zakat dengan syarat konten yang diunggah merupakan hal-hal yang halal dan tidak melanggar syariat. Apabila isi konten tersebut mencakup hal yang dilarang, haram, dan melanggar etika maka tidak wajib bagi content creator

²¹ Saprida, "Zakat Profesi Menurut Pandangan Yusuf Qardhawi," *Economica Sharia* Volume 2, no. 1 (Agustus 2016): 49–59.

tersebut untuk mengeluarkan zakat²². Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surat At-Taubah [9]:103²³

... خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا ...

Yang artinya: “Ambillah zakat dari harta mereka (guna) mensucikan dan membersihkan mereka ...”

Berkaitan dengan ekonomi kreatif digital, Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah menetapkan Fatwa No. 04/Ijtima Ulama/2024 yang secara khusus membahas zakat bagi pelaku ekonomi kreatif digital seperti YouTuber, selebgram, dan konten kreator lainnya. Fatwa ini menegaskan bahwa penghasilan dari aktivitas digital, termasuk monetisasi konten, endorsement, dan royalti, termasuk dalam kategori harta yang wajib dizakati jika memenuhi syarat nisab dan haul. Pendekatan ini menegaskan bahwa hukum Islam terus relevan dan adaptif terhadap perkembangan zaman²⁴.

Yusuf al-Qaradawi berpendapat bahwa zakat atas al-mal al-mustafad dapat dianalogikan dengan zakat pertanian, yang pembayarannya dilakukan segera setelah masa panen tanpa menunggu haul, dengan nisab senilai 625 kilogram bahan makanan pokok dan kadar zakat sebesar 5%. Oleh karena itu, beliau cenderung pada pandangan yang menyatakan bahwa zakat atas *al-māl al-mustafād* wajib dikeluarkan segera setelah harta tersebut diperoleh, tanpa harus menunggu satu tahun kepemilikan. Menurut al-Qaradawi, pendapatan yang diperoleh dari suatu profesi atau pekerjaan, termasuk penghasilan yang bersumber dari aktivitas digital seperti internet, wajib dizakati apabila telah mencapai nisab setelah dikurangi utang²⁵. Pendapat ini sejalan dengan ketentuan Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menetapkan bahwa zakat penghasilan atau zakat profesi merupakan kewajiban

²² Saprida.

²³ Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran, *Qur'an Kemenag In MS. Word*, Jakarta: Kemenag RI, 2026.

²⁴ Kurniawan, Purwakananta, dan dkk, *Potensi Zakat Youtuber, Influencer, Dan Affiliator E-Commerce di Indonesia 2024*.

²⁵ Yusuf Qardhawi, *Fiqh al-Zakat*, (Beirut: Muassasah al-Risaalah, 1999) 463

syar'i²⁶. Pendapat ini juga sejalan dengan prinsip-prinsip yang tercantum dalam literatur fikih klasik, seperti *al-Fiqh al-Islāmī wa Adillatuhu*.

Adapun nishab zakat profesi sebagaimana Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 3 Tahun 2003 tentang Zakat Penghasilan, adalah senilai emas 85 gram dengan kadar zakat adalah 2,5 persen²⁷. Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah menetapkan ketentuan hukum yang spesifik terkait kewajiban zakat bagi pelaku ekonomi kreatif digital melalui fatwa No. 04/Ijtima' Ulama/VIII/2024 yang membahas Zakat Pelaku Ekonomi Kreatif Digital, diantaranya Youtuber, selebgram dan affiliator marketing²⁸. Dalam keputusan tersebut, ditegaskan bahwa para konten kreator, termasuk YouTuber, selebgram, dan profesi digital serupa lainnya, diwajibkan menunaikan zakat atas penghasilan yang diperoleh, dalam konteks ekonomi kreatif digital, pelaksanaan kewajiban zakat penghasilan harus memperhatikan ketentuan-ketentuan yang sesuai dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah. Pertama, usaha atau konten yang diproduksi dan dipublikasikan oleh pelaku ekonomi digital harus senantiasa sejalan dengan prinsip-prinsip syariah, yakni tidak mengandung unsur yang dilarang seperti pornografi, perjudian, penipuan, atau konten yang merusak moral dan akidah²⁹. Hal ini menjadi prasyarat utama agar aktivitas ekonomi yang dilakukan dapat dinilai sah secara syar'i dan berhak atas keberkahan harta. sistem tahun qamariyah sebagai dasar pencatatan keuangan bisnis.

Ketetapan ini menunjukkan respons hukum Islam yang adaptif terhadap perkembangan ekonomi digital kontemporer, dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip dasar syariah dalam pelaksanaan zakat.

²⁶ Majelis Ulama Indonesia, "Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 3 Tahun 2003 Tentang Zakat Penghasilan" (Jakarta, 7 Juni 2003).

²⁷ Majelis Ulama Indonesia, "Fatwa Nomor 3 Tahun 2003 Tentang Zakat Penghasilan".

²⁸ Fauzan, Muhammad Dzikri. *Analisis Kewajiban Zakat Profesi dari Penghasilan Youtuber dan Selebgram Perspektif Hukum Islam Berdasarkan Konsensus Fatwa MUI Nomor 4/ijtima Ulama/VIII/2024*. Diss. Universitas Islam Indonesia, 2025.

²⁹ Junaidi, "Hasil Ijtima Ulama Komisi Fatwa ke-VIII di Bangka Belitung: Youtuber dan Selebgram Wajib Mengeluarkan Zakat", MUI Digital. <https://mui.or.id/baca/berita/hasil-ijtima-ulama-komisi-fatwa-ke-viii-di-bangka-belitung-youtuber-dan-selebgram-wajib-mengeluarkan-zakat>

Lebih lanjut, data dari BAZNAS³⁰ menunjukkan bahwa potensi zakat penghasilan dari sektor ekonomi kreatif digital sangat signifikan. Total potensi zakat dari para pelaku ekonomi digital di Indonesia diperkirakan mencapai Rp2.025.899.715.053. Dari jumlah tersebut, kontributor terbesar berasal dari selebritas Instagram, dengan estimasi potensi zakat Rp1.288.735.706.700 atau sekitar 63% dari total potensi zakat pelaku digital secara keseluruhan. Sementara itu, selebritas TikTok menyumbang sekitar Rp381.603.795.300, yang setara dengan 18% dari total potensi tersebut. Di sisi lain, affiliator e-commerce dan kreator konten YouTube menunjukkan kontribusi yang relatif lebih rendah, masing-masing sebesar Rp55.088.775.000 (sekitar 2,7%) dan Rp300.471.438.053 (sekitar 14,83%). Perkiraan potensi ini mencerminkan proyeksi optimistis terkait capaian penghimpunan zakat dari sektor digital. Berdasarkan data tersebut, potensi zakat dari para pelaku ekonomi digital saat ini baru mencakup kurang lebih 0,15% dari total nilai ekonomi digital nasional, yang menunjukkan masih terbukanya peluang besar untuk meningkatkan optimalisasi penghimpunan zakat di sektor ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam kewajiban zakat atas penghasilan yang diperoleh oleh pelaku ekonomi kreatif digital dalam bingkai hukum ekonomi syariah. Selain itu, studi ini dimaksudkan untuk menjembatani kesenjangan antara konsep normatif dengan realitas implementatif di lapangan, serta merumuskan alternatif solusi terhadap berbagai permasalahan yang muncul dalam pelaksanaan kewajiban zakat di sektor ekonomi digital. Melalui metode kualitatif dan pendekatan analitis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih yang signifikan bagi pengembangan wacana ilmiah maupun praktik pengelolaan zakat yang relevan dengan dinamika ekonomi kontemporer.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, terdapat beberapa permasalahan yang perlu dikaji lebih lanjut, antara lain:

³⁰ Kurniawan, Purwakananta, dan dkk, *Potensi Zakat Youtuber, Influencer, Dan Affiliator E-Commerce di Indonesia 2024*.

1. Bagaimana penghasilan pelaku ekonomi kreatif digital menurut Fiqih Ekonomi?
2. Bagaimana hukum zakat penghasilan bagi pelaku ekonomi kreatif digital menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI)?
3. Bagaimana implementasi zakat penghasilan bagi pelaku ekonomi kreatif digital ditinjau dari perspektif hukum ekonomi syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis penghasilan pelaku ekonomi kreatif digital menurut Fiqih Ekonomi.
2. Menguraikan hukum zakat penghasilan bagi pelaku ekonomi kreatif digital menurut ketentuan Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI).
3. Menemukan implementasi zakat penghasilan bagi pelaku ekonomi kreatif digital dari perspektif hukum ekonomi syariah.

D. Manfaat Hasil Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki kemanfaatan baik dari aspek teoritis, maupun aspek praktis.

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya khazanah keilmuan di bidang hukum ekonomi syariah, khususnya yang berkaitan dengan kewajiban zakat atas penghasilan dalam ranah ekonomi digital. Selain itu, penelitian ini pun diharapkan memberikan kontribusi akademik dalam kajian hukum Islam kontemporer yang berkaitan dengan perkembangan teknologi dan ekonomi kreatif digital.

Adapun dari Aspek praktis, penelitian ini diharapkan Memberikan pemahaman yang lebih jelas kepada pelaku ekonomi kreatif digital mengenai kewajiban zakat penghasilan mereka berdasarkan prinsip-prinsip hukum Islam. Memberikan rekomendasi kepada lembaga zakat seperti BAZNAS dan LAZ untuk

mengembangkan mekanisme penghimpunan dan distribusi zakat yang lebih relevan bagi pelaku ekonomi kreatif digital. Dan menjadi bahan pertimbangan bagi regulator dan pemangku kebijakan dalam merumuskan kebijakan zakat yang lebih inklusif terhadap perkembangan ekonomi digital.

E. Hasil Penelitian Terdahulu

Kajian mengenai zakat penghasilan telah menjadi fokus berbagai penelitian terdahulu. Salah satu di antaranya adalah studi yang dilakukan oleh Nailus Sakinah dalam karya ilmiahnya yang berjudul *“Implementasi Zakat Profesi di Baznas Kabupaten Sukabumi Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”*. Penelitian tersebut mengemukakan bahwa zakat profesi merupakan bagian dari zakat maal yang wajib ditunaikan atas penghasilan seseorang apabila telah memenuhi batas nisab yang ditentukan. Dalam kerangka ekonomi Islam, zakat profesi memiliki peran strategis dalam mewujudkan keadilan sosial dan keseimbangan ekonomi melalui proses redistribusi kekayaan. Fokus penelitian ini tertuju pada implementasi zakat profesi oleh BAZNAS Kabupaten Sukabumi ditinjau dari perspektif hukum ekonomi syariah. Adapun tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengkaji mekanisme pelaksanaan zakat profesi, mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambatnya, serta mengevaluasi kesesuaian praktik zakat profesi dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah³¹.

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis sebagai kerangka utama. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik wawancara mendalam serta studi dokumentasi yang relevan. Analisis data dilakukan secara induktif dan deduktif untuk memperoleh pemahaman komprehensif terhadap objek kajian. Selain itu, penelitian ini merujuk pada berbagai sumber hukum Islam, termasuk fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI), serta literatur dan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan zakat profesi sebagai landasan argumentatif dan normative.

³¹ Sakinah, “Implementasi Zakat Profesi Di BAZNAS Kabupaten Sukabumi Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.”

Penelitian ini menghasilkan beberapa temuan-temuan, diantaranya menginformasikan bahwa BAZNAS Kabupaten Sukabumi telah menerapkan pemungutan zakat profesi, yang sebagian besar berasal dari Aparatur Sipil Negara (ASN). Pemotongan zakat profesi dilakukan melalui mekanisme pemotongan gaji secara langsung sebesar 2,5% dari penghasilan bersih atau kotor, hal ini berdasarkan ketetapan Fatwa MUI No. 3 Tahun 2003. Dana yang terkumpul kemudian didistribusikan kepada mustahik dalam bentuk bantuan konsumtif maupun program sosial.

Meskipun telah diterapkan, terdapat beberapa hambatan dalam optimalisasi zakat profesi di Kabupaten Sukabumi, antara lain; kurangnya kesadaran dan pemahaman ASN mengenai kewajiban zakat profesi. Kurangnya koordinasi antara BAZNAS dan instansi pemerintah, sehingga pemungutan zakat belum berjalan optimal. Sistem pendataan zakat profesi yang belum maksimal, menyebabkan potensi zakat tidak sepenuhnya tergarap. Dan Kurangnya insentif fiskal bagi muzakki, di mana zakat belum sepenuhnya diperhitungkan sebagai pengurang pajak penghasilan.

Penelitian berimplikasi terhadap kebijakan pengelolaan zakat profesi di Indonesia. Beberapa rekomendasi yang dapat diterapkan antara lain: Peningkatan sosialisasi dan edukasi mengenai zakat profesi kepada ASN dan masyarakat umum. Optimalisasi sistem pemungutan zakat profesi melalui koordinasi yang lebih baik antara BAZNAS dan instansi terkait. Peningkatan transparansi dan akuntabilitas pengelolaan zakat, guna meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga zakat. Dan Pemberian insentif pajak bagi muzakki, sehingga zakat dapat diperhitungkan dalam pengurangan pajak penghasilan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi zakat profesi di BAZNAS Kabupaten Sukabumi masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam aspek kepatuhan muzakki dan efektivitas pengelolaan. Mak, perlu adanya strategi yang lebih efektif dalam mekanisme penghimpunan dan distribusi zakat profesi agar dapat memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat.

Selain Nailus Sakinah, penelitian tentang zakat profesi pun dilakukan oleh Aisyah Putri Rosyadi dengan judul “Pelaksanaan Zakat Profesi Bagi Calon Pegawai

Negeri Sipil Di Pemerintah Kabupaten Sumedang Menurut Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Cpnas Kabupaten Sumedang Tahun 2021)”³². Penelitian ini menguraikan bahwa zakat profesi merupakan salah satu instrumen penting dalam ekonomi Islam yang berfungsi sebagai alat distribusi kekayaan guna mengurangi kesenjangan sosial serta meningkatkan kesejahteraan umat. Dalam konteks Kabupaten Sumedang, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji ketentuan, implementasi, serta tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap penghimpunan zakat profesi bagi Calon Pegawai Negeri Sipil (CPNS).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yang memanfaatkan data dari berbagai sumber seperti regulasi, hasil wawancara, serta dokumen resmi yang berkaitan dengan zakat profesi. Hasil temuan menunjukkan bahwa zakat profesi memiliki landasan yuridis yang kuat, baik dalam sumber hukum Islam, yaitu Al-Qur'an dan hadis, maupun dalam kerangka hukum nasional, seperti Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat dan Keputusan Ketua BAZNAS Nomor 22 Tahun 2022. Berdasarkan ketentuan tersebut, nisab zakat profesi ditetapkan senilai 85 gram emas per tahun, yang pada tahun 2022 setara dengan sekitar Rp79 juta atau kurang lebih Rp6,6 juta per bulan.

Di Kabupaten Sumedang, pemerintah daerah berupaya meningkatkan penghimpunan dana zakat profesi dengan menerbitkan Perda No. 12 Tahun 2016 serta Peraturan Bupati No. 64 Tahun 2017. Regulasi ini mewajibkan pemotongan zakat profesi sebesar 2,5% dari penghasilan CPNS, meskipun dalam beberapa kasus penghasilan mereka belum mencapai nisab yang ditetapkan. Hal ini menimbulkan perbedaan perspektif dalam tinjauan hukum ekonomi syariah, mengingat mazhab empat umumnya mensyaratkan nisab dan haul untuk kewajiban zakat profesi. Sebaliknya, beberapa ulama kontemporer berpendapat bahwa zakat penghasilan dapat dikenakan tanpa harus menunggu haul, asalkan telah mencapai nisab.

³² Puteri Rosadi, “Pelaksanaan Zakat Profesi Bagi Calon Pegawai Negerisipil Di Pemerintah Kabupaten Sumedang Menurut Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus Cpnas Kabupaten Sumedang Tahun 2021).”

Implikasi dari penelitian ini cukup luas. Bagi pemerintah dan BAZNAS, diperlukan penyesuaian regulasi agar kebijakan penghimpunan zakat profesi lebih sesuai dengan prinsip syariah serta mempertimbangkan aspek keadilan, terutama bagi CPNS yang penghasilannya belum mencapai nisab. Selain itu, kesadaran masyarakat tentang pentingnya zakat profesi perlu terus ditingkatkan, baik dalam aspek penghimpunan maupun pendistribusiannya agar lebih optimal dalam mengentaskan kemiskinan.

Penelitian ini turut mengungkap bahwa pengelolaan zakat profesi oleh BAZNAS di sejumlah daerah masih mengalami berbagai hambatan, antara lain ketidaksesuaian antara regulasi yang berlaku, minimnya upaya sosialisasi kepada masyarakat, serta keterbatasan dalam hal pendataan muzakki dan penyaluran dana zakat. Dengan demikian, diperlukan evaluasi kritis terhadap kebijakan pemotongan otomatis zakat profesi, khususnya bagi Calon Pegawai Negeri Sipil (CPNS), agar pelaksanaannya tidak hanya efektif secara administratif, tetapi juga sejalan dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah.

Dari kedua penelitian tersebut, focus utama dari penelitian adalah terkait bagaimana implementasi zakat penghasilan pada pegawai atau pekerja, baik itu pegawai swasta atau pun pegawai negeri sipil. Ini menunjukkan bahwa zakat penghasilan sudah diimplementasikan di badan pengelolaan zakat, dalam hal ini adalah BAZNAS. Namun kedua penelitian ini masih membahas seputar pada zakat penghasilan pegawai yang bisa diasumsikan bahwa pendapatannya dikategorikan penghasilan tetap. Zakat profesi dalam kedua penelitian tersebut belum menyentuh ranah para pelaku ekonomi kreatif digital.

Terkait dengan penelitian yang mengulas bagaimana zakat penghasilan bagi pelaku ekonomi kreatif digital masih relative sedikit. Diantaranya adalah Penelitian yang berjudul *From Content to Obligation: Adapting Zakat Law for Digital Creators* yang ditulis oleh Dodon Alfiander³³ dan rekan-rekannya bertujuan untuk mengkaji kewajiban zakat bagi YouTuber dan Selebgram sebagai bagian dari profesi digital yang semakin berkembang. Dengan menggunakan metode *library*

³³ Alfiander dkk., "From Content To Obligation: Adapting Zakat Law for Digital Creators."

research dan pendekatan normatif, penelitian ini menganalisis konsep zakat profesi dalam perspektif fiqh kontemporer serta ketentuan yang ditetapkan dalam fatwa-fatwa MUI.

Salah satu hasil penting dari penelitian ini mengacu pada pandangan Yusuf al-Qardhawi yang mengklasifikasikan penghasilan dari aktivitas digital, seperti melalui platform YouTube dan Instagram, sebagai *al-māl al-mustafād*—yaitu harta yang diperoleh melalui usaha atau pekerjaan tertentu yang wajib dizakati. Dalam konteks ini, terdapat perbedaan ijthad ulama terkait metode penghitungan zakat atas penghasilan tersebut. Apabila dianalogikan dengan zakat hasil pertanian, maka nisabnya setara dengan 653 kilogram bahan makanan pokok dengan kadar zakat sebesar 5%. Namun, apabila penghasilan tersebut tidak mencapai nisab pertanian, maka berlaku ketentuan zakat emas dan perak, yakni dengan nisab 85 gram emas dan kadar zakat 2,5%. Di samping itu, al-Qardhawi juga menekankan bahwa zakat profesi tidak disyaratkan menunggu haul (satu tahun), melainkan wajib dikeluarkan segera setelah penghasilan diterima.

Selain itu, penelitian ini juga membahas fatwa-fatwa MUI yang berkaitan dengan zakat profesi. Fatwa MUI No. 3 Tahun 2003 menetapkan bahwa zakat penghasilan harus dibayarkan jika telah mencapai nisab 85 gram emas dan haul satu tahun dengan kadar zakatnya 2,5%³⁴. Fatwa ini kemudian diperkuat oleh Fatwa MUI No. 04 Tahun 2024 yang secara khusus mengatur zakat bagi kreator digital seperti YouTuber dan Selebgram. Fatwa terbaru ini menegaskan bahwa pendapatan dari konten yang halal wajib dikenai zakat sesuai aturan zakat emas dan perak. Namun, jika penghasilan berasal dari konten yang bertentangan dengan syariat—seperti eksploitasi seksual, fitnah, atau perjudian—maka hasil tersebut bukan objek zakat, melainkan harus disalurkan untuk kepentingan sosial³⁵.

Penelitian ini memiliki beberapa implikasi penting. Kejelasan hukum mengenai zakat bagi profesi digital memberikan kepastian bagi para pelaku

³⁴ Majelis Ulama Indonesia Komisi Fatwa, “Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 3 Tahun 2003 Tentang Zakat Penghasilan”, Jakarta: Komisi Fatwa, 2003. 5

³⁵ Majelis Ulama Indonesia, “Keputusan Ijtima’ Ulama Komisi Fatwa Se-Indonesia VIII Nomor 04/Ijtima’ Ulama/VIII/2024 Tentang Zakat Youtuber, Selebgram dan Pelaku Ekonomi Kreatif Digital lainnya”, Bangka Belitung: Ijtima’ Ulama Komisi Fatwa se-Indonesia, 2024. 81

ekonomi kreatif dalam menunaikan kewajiban zakat mereka. Selain itu, pengakuan terhadap profesi digital dalam regulasi zakat juga berpotensi penghimpunan dana zakat di Indonesia meningkat. Maka dari itu, upaya sosialisasi perlu ditempuh agar para kreator digital lebih memahami kewajiban zakat mereka dan dapat menunaikannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa pendapatan dari profesi digital, seperti YouTuber dan Selebgram, merupakan kategori *al-māl al-mustafâd* dan wajib dizakatkan. Pendekatan yang digunakan dalam penentuan zakat dapat mengacu pada zakat pertanian jika pendapatan sangat besar, atau pada zakat emas dan perak jika pendapatan lebih kecil. Dengan adanya fatwa yang telah dikeluarkan oleh MUI, diharapkan para pelaku ekonomi digital dapat lebih memahami dan mematuhi kewajiban zakat mereka, sehingga zakat dapat berperan dalam meningkatkan kesejahteraan umat.

Selain itu, ada juga penelitian lainnya yang meneliti bagaimana implementasi zakat penghasilan bagi youtuber, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Febrina Mira Susanty dan H. Bahrudin dalam jurnal *Discovery* Vol. 5 No. 2, Oktober 2020, mengkaji penerapan zakat profesi bagi YouTuber, khususnya di Komunitas YouTuber Jombang (YTN)³⁶. Studi ini bertujuan untuk memahami bagaimana profesi YouTuber, yang tergolong sebagai pekerjaan baru di era digital, mengadopsi kewajiban zakat serta bagaimana aturan Islam diterapkan terhadap penghasilan dari konten digital.

Dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan fenomenologi, penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara dengan ketua serta anggota komunitas YouTuber Jombang. Analisis dilakukan dengan pendekatan deduktif dan deskriptif untuk memahami praktik zakat yang diterapkan oleh para YouTuber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan dari YouTube dikategorikan sebagai *al-māl al-mustafâd*, yaitu harta yang diperoleh melalui kepemilikan baru seperti hadiah, warisan, dan upah kerja. Oleh karena itu,

³⁶ Febrina Mira Susanty dan H. Bahrudin, "Penerapan Zakat Profesi Bagi Youtuber 'Studi Fenomenologis Zakat Profesi Youtuber Di Komunitas Youtuber Jombang (YTN),' " *Discovery* 5 (Oktober 2020): 71–77.

YouTuber diwajibkan membayar zakat jika penghasilannya telah mencapai nisab yang ditentukan. Namun, terdapat ketentuan bahwa hanya pendapatan dari konten yang halal yang wajib dikenakan zakat. Sebaliknya, jika penghasilan diperoleh dari konten yang mengandung unsur haram, seperti pornografi atau fitnah, maka pendapatan tersebut dianggap tidak sah dan tidak termasuk dalam objek zakat.

Penelitian ini juga menyoroti standar nisab dan perhitungan zakat bagi YouTuber, yang merujuk pada Fatwa MUI No. 3 Tahun 2003 dan pendapat Yusuf al-Qardhawi. Nisab zakat profesi ditetapkan sebesar 85 gram emas atau sekitar Rp5.240.000 per bulan (berdasarkan harga emas pada saat penelitian dilakukan). YouTuber yang penghasilannya mencapai atau melebihi nisab diwajibkan membayar zakat sebesar 2,5% dari pendapatan mereka. Mengingat penghasilan YouTuber cenderung fluktuatif, zakat dihitung secara bulanan berdasarkan pendapatan yang diperoleh dalam periode tersebut. Jika dalam suatu bulan pendapatan melebihi nisab, maka zakat harus dikeluarkan pada bulan tersebut, sedangkan jika tidak mencapai nisab, maka tidak ada kewajiban zakat.

Di dalam Komunitas YouTuber Jombang, penelitian menemukan bahwa dari 13 anggota yang sudah dimonetisasi, hanya dua orang yang memiliki pendapatan di atas nisab dan rutin mengeluarkan zakat. Sementara itu, anggota lainnya belum memiliki penghasilan yang stabil atau masih di bawah batas nisab sehingga belum memiliki kewajiban zakat.

Temuan ini memiliki beberapa implikasi penting. Dari segi kesadaran, penelitian menunjukkan bahwa pemahaman tentang zakat profesi di kalangan YouTuber cukup bervariasi. Beberapa memahami konsep zakat profesi, tetapi tidak semua mampu menerapkannya secara konsisten karena pendapatan mereka yang tidak tetap. Dari aspek regulasi, penelitian ini menyoroti pentingnya peran lembaga zakat dalam mengakomodasi profesi digital dan membimbing para YouTuber agar lebih terstruktur dalam menunaikan zakat. Secara sosial, penelitian ini juga menegaskan bahwa jika zakat profesi dari YouTuber dapat dihimpun secara optimal, maka potensinya untuk meningkatkan kesejahteraan umat sangat besar, terutama dalam mendukung program sosial bagi mustahiq zakat.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa pendapatan YouTuber yang telah mencapai nisab wajib dikenakan zakat profesi sebesar 2,5%. Dengan sistem penghitungan berbasis pendapatan bulanan, kewajiban zakat ini tidak terikat pada haul satu tahun, melainkan langsung ditunaikan saat penghasilan telah mencapai batas nisab. Fatwa MUI dan pendapat Yusuf al-Qardhawi menjadi dasar utama dalam menetapkan kewajiban zakat bagi profesi digital ini. Namun, masih diperlukan sosialisasi lebih lanjut agar kesadaran dan kepatuhan para YouTuber dalam menunaikan zakat semakin meningkat.

Berdasarkan penelitian-penelitian yang diuraikan tersebut terlihat bahwa fokus penelitian pada zakat profesi atau zakat penghasilan para pegawai baik swasta atau pun pegawai negeri sipil telah banyak dibahas, namun masih sedikit sekali pembahasan berkenaan dengan kewajiban zakat penghasilan bagi pelaku ekonomi kreatif digital. Penelitian tentang hal tersebut biasanya lebih spesifik pada youtuber, selebgram atau konten creator lainnya. Namun belum ada penelitian yang lebih komprehensif terkait pelaku ekonomi kreatif digital lainnya, seperti pegiat affiliate e-commerce dan yang lainnya. Maka peneliti merasa tertantang untuk mengkaji dan menganalisis secara komprehensif terkait bagaimana zakat penghasilan ini dapat diterapkan dan diimplementasikan bagi pelaku ekonomi kreatif digital secara komprehensif, tentunya di era digital yang semakin berkembang. Sehubungan dengan itu pula, peneliti bermaksud mengkaji lebih dalam terkait fatwa ijtima Majelis Ulama Indonesia nomor 04/ijtima/MUI/2024 tentang zakat penghasilan bagi youtuber, selebgram, influencer dan pelaku ekonomi kreatif digital lainnya.

F. Kerangka Pemikiran

Islam merupakan agama berkarakter universal dan mengandung prinsip *rahmatan lil 'alamin*³⁷, yakni membawa rahmat dan kesejahteraan bagi seluruh umat manusia dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor ekonomi. Dalam sistem ajaran Islam, Allah ﷻ sebagai sumber hukum tertinggi telah

³⁷ H. Mubarak, "Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam dan Keadilan Sosial". *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2) (2018), 120-135.

menetapkan seperangkat aturan yang berfungsi sebagai pedoman hidup bagi manusia dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Salah satu ketentuan mendasar dalam kerangka ekonomi Islam adalah kewajiban menunaikan zakat, yang berfungsi sebagai instrumen untuk mewujudkan keadilan sosial dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara kolektif³⁸.

Kewajiban zakat memiliki landasan hukum yang kokoh dalam dua sumber utama ajaran Islam, yaitu Al-Qur'an dan Al-Hadis. Sejumlah ayat di dalam Al-Quran secara eksplisit menegaskan perintah zakat, antara lain QS. Al-Baqarah ayat 267 dan QS. At-Taubah ayat 103, yang menunjukkan bahwa zakat berfungsi sebagai sarana pensucian harta serta instrumen untuk menciptakan pemerataan ekonomi. Selain itu, hadis-hadis Nabi Muhammad ﷺ juga memberikan rincian lebih lanjut mengenai ketentuan zakat, mencakup jenis harta yang wajib dizakati, kadar zakat yang harus dikeluarkan, serta golongan penerima yang berhak menerimanya (mustahik).³⁹

Kewajiban zakat memiliki signifikansi yang fundamental dalam ajaran Islam. Selain merefleksikan hubungan spiritual antara manusia dengan Tuhan, zakat juga memiliki dimensi sosial, ekonomi, dan kemasyarakatan yang sangat kuat. Menurut Ahmad Zainal Abidin, zakat berfungsi sebagai mekanisme distribusi pendapatan dari kelompok masyarakat yang mampu secara ekonomi kepada mereka yang berada dalam kondisi kurang mampu atau tidak mampu. Secara esensial, zakat merupakan sarana penyucian atas harta kekayaan yang diperoleh individu. Lebih dari itu, zakat merupakan bentuk ibadah sosial yang memiliki peran strategis dalam mendukung pembangunan kesejahteraan umat. Fungsi zakat tidak hanya terbatas pada aspek ibadah vertikal kepada Allah (ḥablum minallāh), tetapi juga mencerminkan dimensi ibadah horizontal yang memperkuat solidaritas sosial antar sesama manusia (ḥablum minannās)⁴⁰.

³⁸ M. A. Ramadhan, "Sumber Hukum dan Pelaksanaan Zakat dalam Perspektif Syariah", *Jurnal Studi Islam*, 12(1) (2020), 45-60.

³⁹ Herdian Fauzi, Pratama Aditya, dan Maulana, "Peran Zakat dalam Stabilitas Ekonomi Syariah."

⁴⁰ Nailus Sakinah, *Implementasi Zakat Profesi Di BAZNAS Kabupaten Sukabumi Perspektif Hukum Ekonomi Syariah* (UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2024).

Zakat adalah bentuk ibadah personal yang diwajibkan atas setiap Muslim, dan menempati posisi yang penting serta strategis. Perannya sangat besar, baik dalam ajaran Islam maupun dalam meningkatkan kesejahteraan sosial. Sebagai salah satu dari lima rukun Islam, zakat memiliki kedudukan utama dalam sistem ibadah umat Islam. Kewajiban ini tidak hanya mencerminkan ketaatan spiritual kepada Allah, tetapi juga memiliki dampak sosial yang nyata bagi kehidupan masyarakat secara luas.⁴¹

Jika memperhatikan pendapat para ulama fiqih seputar makna zakat, maka dapat disimpulkan bahwa zakat adalah istilah yang terkait dengan penunaian kewajiban pada harta-harta tertentu dengan cara tertentu, dan wajibnya hal tersebut berdasar pada haul dan nishab⁴²

Dasar hukum kewajiban zakat bersumber dari Al-Qur'an sebagai khitāb Allah SWT, yang kemudian diperkuat oleh hadis Rasulullah SAW melalui praktik normatif yang mapan. Kedua sumber ini menjadi rujukan utama dalam menjalankan perintah (amar) dan menjauhi larangan (nahi) Allah. Selain Al-Qur'an dan Hadis, dalam hukum ekonomi syariah juga dikenal sumber hukum lainnya, yaitu ijma' (kesepakatan ulama) dan qiyas (analogi hukum). Para ulama sejak zaman klasik hingga kontemporer telah melakukan ijtihad dalam merumuskan berbagai ketentuan zakat, termasuk dalam konteks perkembangan ekonomi dan teknologi. Salah satu hasil ijtihad ini adalah konsep zakat penghasilan (zakat al-mustafad), yang merupakan bentuk perkembangan dari zakat maal yang telah ditetapkan dalam Islam.⁴³

Zakat penghasilan, atau zakat profesi, sebagaimana dijelaskan dalam Fatwa MUI No. 3 Tahun 2003, merupakan bagian dari zakat mal yang wajib ditunaikan atas pendapatan rutin maupun tidak rutin yang diperoleh melalui pekerjaan halal. Nisab zakat penghasilan setara dengan 85gram emas per tahun, dengan kadar zakat

⁴¹ Aisyah Puteri Rosadi, *Pelaksanaan Zakat Profesi Bagi Calon Pegawai Negerisipil Di Pemerintah Kabupaten Sumedang Menuruthukum Ekonomi Syariah(Studi Kasus Cpn Kabupaten Sumedang Tahun 2021)*, (UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2024).

⁴² Wizarah Al-Auqaf wa Al-Syu'un Al-Islamiyyah, *Al-Mausu'ah Al-Islamiyyah Al-Kuwatiyyah Jilid 23*, (Kuwait: Wizarah al-Auqaf wa Al-Syu'un Al-Islamiyyah, 1992), 226

⁴³ Ahmad Muntazar, *Fiqih Zakat Kontemporer*, (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), 8-9.

sebesar 2,5%. Penghasilan yang dimaksud mencakup gaji, honorarium, upah, jasa, dan bentuk pendapatan lainnya dari pekerjaan tetap maupun bebas⁴⁴. Seseorang wajib menunaikan zakat penghasilan apabila pendapatannya telah mencapai nisab tahunan atau bulanan, sebagaimana ditetapkan dalam SK Ketua BAZNAS No. 13 Tahun 2025, yaitu sebesar Rp85.685.972 per tahun atau Rp7.140.498 per bulan. Zakat dapat dibayarkan bulanan apabila penghasilan melebihi nisab bulanan, namun jika tidak, akumulasi tahunan dihitung, dan zakat dikeluarkan apabila totalnya telah mencapai nisab⁴⁵.

Seiring berkembangnya teknologi, profesi pun mengalami perkembangan khususnya di era modern atau di era digital ini kemudian berkembanglah pelaku ekonomi kreatif digital, seperti youtuber, selebgram, influencer, affiliator e-commerce dan pelaku ekonomi kreatif digital lainnya.

Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, kewajiban zakat atas penghasilan telah memperoleh legitimasi hukum melalui berbagai ketentuan perundang-undangan dan fatwa keagamaan. Di Indonesia, pengaturan mengenai zakat, termasuk zakat atas penghasilan, diatur dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat. Selain itu, Majelis Ulama Indonesia (MUI) juga menetapkan Fatwa Nomor 3 Tahun 2003 tentang Zakat Penghasilan, yang menyatakan bahwa setiap pendapatan yang diperoleh dari pekerjaan yang halal dan telah mencapai batas minimal (nisab) wajib dizakati sebesar 2,5%.

Namun, dengan semakin berkembangnya ekonomi digital, regulasi zakat juga terus mengalami pembaruan. Salah satu perkembangan terbaru dalam aspek hukum zakat di Indonesia adalah Hasil Ijtima' Ulama Indonesia ke-VIII yang menghasilkan Fatwa DSN-MUI Nomor 04/Ijtima' Ulama/VIII/2024 tentang Zakat Penghasilan Youtuber, Selebgram, dan Pelaku Ekonomi Kreatif Digital Lainnya. Fatwa ini secara khusus membahas kewajiban zakat bagi individu yang memperoleh penghasilan dari aktivitas ekonomi kreatif digital, termasuk dari

⁴⁴ DSN MUI, "Fatwa DSN MUI No. 03 Tahun 2003 Tentang Zakat Penghasilan". Jakarta: 2003

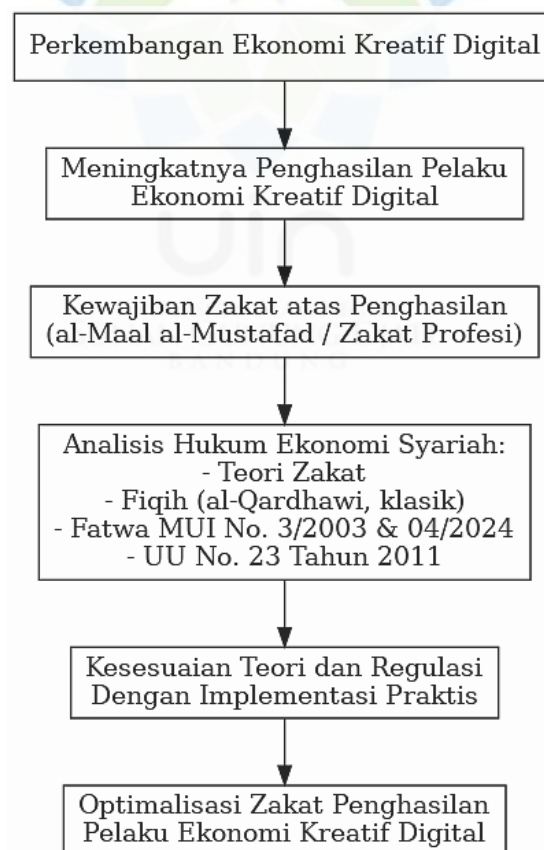
⁴⁵ Rizaludin Kurniawan, M. Arifin Purwakananta., dkk. "Potensi Zakat Youtuber, Influencer dan Affiliator E-Commerce di Indonesia 2024". 14

platform media sosial, afiliasi digital, dan berbagai model monetisasi berbasis internet lainnya⁴⁶.

Dari berbagai pertimbangan tersebut, kajian ini bertujuan untuk menganalisis kewajiban zakat penghasilan bagi pelaku ekonomi kreatif digital berdasarkan perspektif hukum ekonomi syariah. Dengan mendasarkan penelitian ini pada sumber-sumber hukum Islam seperti Al-Qur'an, Hadis, ijma', dan qiyas, serta mengaitkannya dengan regulasi zakat yang berlaku, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperjelas ketentuan zakat bagi profesi di era ekonomi digital, sekaligus menjadi referensi bagi pengambilan kebijakan zakat di masa mendatang.

Dari uraian kerangka pemikiran diatas tersebut, maka dapat diskemakan pada bagan di bawah ini.

Gambar. 6. Kerangka Pemikiran



⁴⁶ Sholeh, Konsensus Ulama Fatwa Indonesia Himpunan Hasil Ijtima' Ulama Komisi Fatwa se-Indonesia VIII Tahun 2024.