

el-Bait: Jurnal Hukum Keluarga Islam

ISSN 2827-7996

E-ISSN 2828-0652

DOI 10.53515

<https://elbait.iaiq.ac.id/index.php/JHKL/index>

Zakat Profesi Content Creator TikTok: Studi Komparatif Pemikiran Yusuf Al-Qaradhawi Dan Muhammad Ibn Shalih Al Utsamin

Adnan Zuhdi¹, Aidil Susandi²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

¹adnan0202221003@uinsu.ac.id, ²aidilsusandi@uinsu.ac.id

Article History:

Received: 20 April 2026. Revised: 29 Juni 2026. Published: 11 Agustus 2026

Abstract

Perkembangan ekonomi digital telah melahirkan profesi baru, salah satunya *content creator* TikTok yang memperoleh penghasilan dari berbagai skema monetisasi, seperti *Creator Rewards*, *LIVE Gifts*, *affiliate marketing*, dan *brand endorsement*. Fenomena ini menimbulkan persoalan fikih mengenai status kewajiban zakat atas penghasilan profesi digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis dan membandingkan pemikiran Yusuf al-Qaradhawi dan Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin mengenai zakat profesi serta mengkaji relevansinya terhadap profesi *content creator* TikTok. Penelitian menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan studi kepustakaan, konseptual, komparatif, dan filosofis. Data diperoleh melalui penelusuran literatur pada basis data Scopus, Google Scholar, Dimensions, Garuda, dan Moraref, kemudian dianalisis menggunakan *content analysis* dan analisis komparatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Yusuf al-Qaradhawi memandang penghasilan profesi sebagai *al-māl al-mustafād* yang wajib dizakati ketika mencapai nisab tanpa mensyaratkan haul melalui pendekatan *qiyās*, *istiṣlāḥ*, dan *maqāṣid al-syarī'ah*. Sebaliknya, Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin berpendapat bahwa penghasilan profesi mengikuti ketentuan zakat mal sehingga baru wajib dizakati setelah mencapai nisab dan dimiliki selama satu tahun (haul) berdasarkan pendekatan *tauqīfī*. Penelitian ini juga menemukan bahwa penghasilan TikToker memiliki karakter hukum yang beragam, meliputi *ujrah*, *ju'ālah*, dan *hibah*, sehingga memerlukan analisis fikih sesuai karakter masing-masing sumber pendapatan. Kebaruan penelitian ini terletak pada formulasi kerangka analisis zakat profesi digital melalui komparasi paradigma epistemologis kedua

tokoh serta klasifikasi karakteristik sumber pendapatan *content creator* TikTok sebagai dasar penetapan kewajiban zakat pada era ekonomi digital.

Kata Kunci: Zakat Profesi, *Content Creator* Tiktok, Yusuf Al-Qaradhawi, Muhammad Ibn Shalih Al-Utsaimin, Ekonomi Digital.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah melahirkan berbagai profesi baru, salah satunya *content creator* TikTok yang memperoleh penghasilan dari monetisasi konten, *live streaming*, *gift*, *endorsement*, afiliasi, dan iklan (Putri, Fauzia, Pu'asturi, & Permana, 2026). Fenomena ini menunjukkan bahwa ekonomi digital telah menciptakan bentuk kekayaan baru yang perlu dikaji dalam perspektif hukum Islam, khususnya mengenai kewajiban zakat atas penghasilan profesi digital.

Dalam fikih muamalah, zakat merupakan instrumen ibadah yang memiliki dimensi sosial dan ekonomi untuk mewujudkan pemerataan kesejahteraan. Seiring berkembangnya aktivitas ekonomi modern, muncul berbagai sumber penghasilan yang tidak dikenal pada masa klasik sehingga diperlukan ijtihad agar ketentuan zakat tetap relevan dengan perkembangan zaman tanpa mengabaikan tujuan syariat (*maqashid al-syari'ah*) (Malik & Purnamasari, 2025; Ridho, et al., 2026).

Salah satu hasil ijtihad tersebut adalah konsep zakat profesi, yaitu zakat atas penghasilan yang diperoleh dari pekerjaan atau keahlian yang halal. Namun, konsep ini masih menjadi perdebatan di kalangan ulama. Sebagian ulama membolehkan zakat profesi melalui pendekatan *qiyas*, sedangkan sebagian lainnya berpendapat bahwa zakat tetap mengikuti ketentuan zakat mal yang mensyaratkan tercapainya nisab dan haul (Mutmainnah, Akbar, Pati, & Fadhilatunisa, 2023).

Perbedaan pandangan tersebut tercermin dalam pemikiran Yusuf Al-Qaradhawi dan Muhammad Ibn Shalih Al-Utsaimin. Yusuf Al-Qaradhawi berpendapat bahwa penghasilan profesi yang telah mencapai nisab wajib dizakati meskipun belum mencapai haul, sedangkan Muhammad Ibn Shalih Al-Utsaimin berpendapat bahwa zakat baru diwajibkan apabila harta telah mencapai nisab dan dimiliki selama satu tahun sesuai ketentuan zakat mal.

Perbedaan pemikiran tersebut menjadi penting dikaji dalam konteks profesi *content creator* TikTok yang memiliki karakteristik penghasilan tidak tetap dan berasal dari berbagai sumber. Oleh karena itu, diperlukan analisis komparatif terhadap pemikiran Yusuf Al-Qaradhawi dan Muhammad Ibn Shalih Al-Utsaimin untuk memberikan pemahaman mengenai dasar hukum zakat profesi bagi *content creator* di era ekonomi digital.

Penelitian mengenai zakat profesi telah banyak dilakukan, namun penelitian oleh (Rahmadani, Jalil, & Khan, 2024) masih berfokus pada profesi konvensional seperti pegawai, tenaga kesehatan, dan profesi lainnya yang memiliki pola penghasilan tetap. Di sisi lain penelitian (Kurniawan, Ahmad, & Muttaqin, 2025) membahas perkembangan ekonomi digital telah melahirkan profesi baru, seperti *content creator* TikTok, yang memperoleh penghasilan dari berbagai sumber monetisasi dengan karakteristik yang

fluktuatif dan tidak selalu mengikuti pola pendapatan konvensional. Meskipun penelitian (Fitria, 2025) mengenai ekonomi digital dan media sosial terus berkembang, penelitian yang secara khusus menghubungkan penghasilan *content creator* dengan ketentuan zakat profesi melalui perspektif fikih masih relatif terbatas. Oleh karena itu, terdapat *research gap* berupa belum optimalnya kajian yang mengintegrasikan perkembangan profesi digital dengan perbedaan metodologi ijtihad ulama kontemporer dalam menetapkan hukum zakat profesi.

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada analisis komparatif pemikiran Yusuf Al-Qaradhawi dan Muhammad Ibn Shalih Al-Utsaimin mengenai zakat profesi yang diaplikasikan pada profesi *content creator* TikTok. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang umumnya hanya membahas zakat profesi secara umum atau ekonomi digital secara terpisah, penelitian ini mengkaji relevansi argumentasi kedua ulama terkait nisab, haul, dan dasar istinbath hukum terhadap karakteristik penghasilan digital yang bersifat multi-sumber dan dinamis. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan fikih muamalah kontemporer sekaligus menjadi referensi akademik mengenai implementasi zakat profesi pada era ekonomi digital.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif (*normative legal research*) dengan pendekatan studi kepustakaan (*library research*). Metode ini dipilih karena penelitian berfokus pada analisis norma-norma hukum Islam mengenai zakat profesi melalui penelaahan terhadap sumber hukum primer dan berbagai literatur ilmiah yang relevan. Penelitian bertujuan menganalisis konsep zakat profesi menurut pemikiran Yusuf al-Qaradhawi dan Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin serta mengkaji relevansinya terhadap penghasilan *content creator* TikTok sebagai salah satu profesi yang berkembang dalam ekonomi digital (Marzuki, 2021).

Pendekatan penelitian yang digunakan meliputi pendekatan konseptual (*conceptual approach*), pendekatan komparatif (*comparative approach*), dan pendekatan filosofis (*philosophical approach*). Pendekatan konseptual digunakan untuk mengkaji konsep zakat profesi, *al-māl al-mustafād*, nisab, haul, serta karakteristik penghasilan dari profesi digital. Pendekatan komparatif digunakan untuk membandingkan metode *istinbāṭ* hukum, dalil, dan argumentasi Yusuf al-Qaradhawi dengan Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin mengenai kewajiban zakat atas penghasilan profesi. Sementara itu, pendekatan filosofis digunakan untuk menganalisis tujuan pensyariaan zakat (*maqāṣid al-syarī'ah*) sehingga dapat diketahui relevansi kedua pemikiran tersebut dalam menjawab perkembangan ekonomi digital yang melahirkan profesi baru seperti *content creator* TikTok (Kamali, 2022).

Sumber data penelitian terdiri atas bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer meliputi Al-Qur'an, hadis, kitab *Fiqh al-Zakah* karya Yusuf al-

Qaradhawi, *Majmū' Fatāwā wa Rasā'il* dan *Syarḥ al-Mumtī'* karya Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin, fatwa-fatwa mengenai zakat profesi, serta Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat. Bahan hukum sekunder berupa artikel jurnal nasional dan internasional, buku, prosiding, tesis, dan disertasi yang membahas zakat profesi, ekonomi digital, hukum ekonomi syariah, dan profesi *content creator*. Adapun bahan hukum tersier meliputi kamus hukum, ensiklopedia Islam, indeks ilmiah, serta dokumen pendukung lainnya yang membantu interpretasi terhadap bahan hukum primer dan sekunder (Sugiyono, 2022).

Pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dengan penelusuran literatur secara sistematis pada basis data Scopus, Google Scholar, Dimensions, Garuda, dan Portal Moraref menggunakan kata kunci *zakat profesi*, *professional zakat*, *zakat on income*, *content creator*, *TikTok*, *digital economy*, *Yusuf al-Qaradhawi*, dan *Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin*. Literatur dipilih berdasarkan kriteria inklusi, yaitu publikasi ilmiah yang relevan dengan topik penelitian, tersedia dalam teks lengkap (*full text*), diterbitkan terutama pada periode 2021–2026, serta memiliki pembahasan mengenai zakat profesi, ekonomi digital, atau pemikiran kedua tokoh. Literatur yang tidak relevan, duplikat, tidak melalui proses ilmiah, atau tidak berkaitan langsung dengan fokus penelitian dikeluarkan dari proses analisis (Moleong, 2024).

Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis secara kualitatif deskriptif menggunakan teknik *content analysis* dan analisis komparatif. Tahapan analisis meliputi reduksi data, pengelompokan berdasarkan tema, identifikasi argumentasi hukum masing-masing tokoh, analisis metode *istinbāt* yang digunakan, serta perbandingan persamaan dan perbedaan pandangan mengenai zakat profesi terhadap penghasilan *content creator* TikTok. Selanjutnya, hasil analisis diinterpretasikan dengan pendekatan *maqāṣid al-syarī'ah* dan disusun secara deduktif untuk menghasilkan kesimpulan mengenai relevansi pemikiran Yusuf al-Qaradhawi dan Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin terhadap praktik zakat profesi pada era ekonomi digital (Creswell, 2018).

Hasil dan Pembahasan

A. Zakat Profesi dalam Perspektif Hukum Islam

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan mendasar dalam pemikiran Yusuf al-Qaradhawi dan Muhammad Ibn Shalih al-Utsaimin mengenai hukum zakat profesi. Yusuf al-Qaradhawi berpendapat bahwa penghasilan yang diperoleh dari pekerjaan atau profesi merupakan bagian dari *al-māl al-mustafād* yang wajib dizakati apabila telah mencapai nisab, meskipun belum memenuhi syarat haul. Sebaliknya, Muhammad Ibn Shalih al-Utsaimin berpendapat bahwa penghasilan profesi tidak dikenai zakat ketika diterima, melainkan baru wajib dizakati apabila telah menjadi

harta simpanan yang mencapai nisab dan dimiliki selama satu tahun (haul). Perbedaan tersebut menunjukkan adanya perbedaan dalam metode *istinbāt* hukum yang digunakan oleh kedua tokoh.

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa Yusuf al-Qaradhawi menggunakan pendekatan *qiyās*, *istiṣlāḥ* (kemaslahatan), dan *maqāṣid al-syarī'ah* dalam memperluas objek zakat sehingga mampu mengakomodasi perkembangan bentuk-bentuk penghasilan modern. Sementara itu, Muhammad Ibn Shalih al-Utsaimin lebih mengedepankan pendekatan tekstual berdasarkan Al-Qur'an, hadis, dan pendapat ulama klasik sehingga tidak memperluas objek zakat tanpa adanya dalil yang tegas. Dengan demikian, perbedaan keduanya tidak hanya terletak pada ketentuan waktu pembayaran zakat, tetapi juga pada paradigma ijtihad dalam merespons perubahan sosial dan ekonomi.

Dalam konteks profesi *content creator* TikTok, hasil penelitian menunjukkan bahwa pemikiran Yusuf al-Qaradhawi lebih relevan diterapkan pada karakteristik penghasilan digital yang diperoleh melalui monetisasi konten, *live streaming*, *gift*, afiliasi, dan *endorsement*. Menurut pandangannya, penghasilan tersebut wajib dizakati ketika telah mencapai nisab. Sebaliknya, menurut Muhammad Ibn Shalih al-Utsaimin, penghasilan tersebut baru menjadi objek zakat apabila telah disimpan hingga mencapai nisab dan haul sebagaimana ketentuan zakat mal.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa perbedaan pemikiran Yusuf al-Qaradhawi dan Muhammad Ibn Shalih al-Utsaimin berakar pada metodologi *istinbāt* hukum yang digunakan dalam menetapkan zakat profesi. Yusuf al-Qaradhawi mengembangkan pendekatan yang bersifat kontekstual melalui *qiyās*, *istiṣlāḥ*, dan *maqāṣid al-syarī'ah* sehingga objek zakat dapat disesuaikan dengan perkembangan bentuk-bentuk kekayaan modern. Sebaliknya, Muhammad Ibn Shalih al-Utsaimin menggunakan pendekatan *tauqīfī* yang menekankan bahwa ketentuan zakat sebagai ibadah harus didasarkan pada dalil yang jelas, sehingga penghasilan profesi tetap mengikuti ketentuan zakat mal dengan syarat nisab dan haul. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa perdebatan mengenai zakat profesi bukan hanya berkaitan dengan waktu pembayaran zakat, tetapi juga menyangkut paradigma epistemologis dalam pengembangan fikih kontemporer.

Hasil penelitian ini sejalan dengan kajian (Ariffin, Nasaruddin, Maulana, & Ameer, 2025) yang menyatakan bahwa perkembangan ekonomi modern telah melahirkan bentuk-bentuk kekayaan baru yang memerlukan perluasan objek zakat melalui pendekatan *maqāṣid al-syarī'ah* dan *ijtihad* kontemporer. Penelitian (Fauzan, 2025) juga menjelaskan bahwa penghasilan yang berasal dari profesi modern memiliki karakteristik sebagai *al-māl al-mustafād* sehingga dapat menjadi objek zakat apabila memberikan kemampuan ekonomi kepada pemiliknya. Temuan tersebut memperkuat pandangan Yusuf al-Qaradhawi bahwa zakat profesi merupakan instrumen syariat yang harus mampu mengikuti perubahan struktur ekonomi masyarakat tanpa menghilangkan prinsip-prinsip dasar zakat.

Di sisi lain, hasil penelitian ini juga mendukung kajian (Ahmad & Juhari, 2025) yang menjelaskan bahwa sebagian ulama tetap mempertahankan syarat nisab dan haul

karena zakat merupakan ibadah yang bersifat *tauqīfī*, sehingga tidak dapat diperluas tanpa adanya dalil yang kuat. Pendekatan ini tercermin dalam pemikiran Muhammad Ibn Shalih al-Utsaimin yang memandang penghasilan profesi sebagai bagian dari zakat mal. Menurutnya, kewajiban zakat baru berlaku setelah harta mencapai nisab dan dimiliki selama satu tahun hijriah. Pendekatan tersebut menunjukkan kehati-hatian dalam berijtihad serta menjaga konsistensi terhadap ketentuan zakat yang telah ditetapkan dalam Al-Qur'an dan Sunnah.

Dalam konteks profesi *content creator* TikTok, hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik penghasilan digital memiliki perbedaan mendasar dengan profesi konvensional karena berasal dari berbagai sumber, seperti *Creator Rewards*, *live streaming*, *gift*, *affiliate marketing*, dan *endorsement*, serta memiliki pola pendapatan yang fluktuatif. Kondisi ini sejalan dengan (Yusoff, et al., 2025) yang menjelaskan bahwa *creator economy* telah menjadi salah satu sektor ekonomi digital dengan pola pendapatan berbasis platform dan algoritma. Oleh karena itu, pendekatan Yusuf al-Qaradhawi dinilai lebih adaptif karena mampu mengakomodasi karakteristik penghasilan digital sebagai objek zakat profesi. Sebaliknya, pendekatan Muhammad Ibn Shalih al-Utsaimin tetap memberikan kepastian hukum melalui penerapan syarat haul sehingga zakat hanya dikenakan terhadap harta yang benar-benar telah menjadi simpanan.

Temuan penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan fikih muamalah kontemporer dengan menunjukkan bahwa perbedaan kedua tokoh tidak hanya terletak pada ketentuan nisab dan haul, tetapi juga pada cara memandang dinamika ekonomi modern. Yusuf al-Qaradhawi merepresentasikan model ijtihad yang berorientasi pada kemaslahatan dan tujuan syariat dalam merespons transformasi ekonomi digital, sedangkan Muhammad Ibn Shalih al-Utsaimin merepresentasikan model ijtihad yang menitikberatkan pada kepastian hukum berdasarkan dalil tekstual. Dengan demikian, kedua pemikiran tersebut memberikan landasan akademik yang penting dalam merumuskan konsep zakat profesi bagi profesi digital, khususnya *content creator* TikTok, sehingga hukum zakat tetap relevan terhadap perkembangan ekonomi digital tanpa mengabaikan prinsip-prinsip syariat Islam.

B. TikToker sebagai Profesi Digital Kontemporer

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profesi *content creator* TikTok memiliki karakteristik ekonomi yang berbeda dengan profesi konvensional sehingga memengaruhi analisis fikih mengenai kewajiban zakat. Penghasilan TikToker tidak berasal dari satu sumber, tetapi diperoleh melalui berbagai skema monetisasi, seperti *TikTok Creator Rewards*, *LIVE Gifts*, *TikTok Shop Affiliate*, *brand endorsement*, *paid partnership*, dan promosi produk digital. Keragaman sumber pendapatan tersebut menunjukkan bahwa TikToker telah berkembang menjadi profesi digital yang menghasilkan nilai ekonomi secara nyata dan berkelanjutan, meskipun besaran pendapatannya tidak selalu tetap setiap periode.

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa setiap jenis pendapatan TikTok memiliki karakter hukum yang berbeda dalam perspektif fikih muamalah. Pendapatan dari *Creator Rewards* dan kerja sama promosi merupakan imbalan atas jasa atau karya (*ujrah*), pendapatan afiliasi merupakan komisi (*ju'alah* atau *samsarah*) atas keberhasilan penjualan produk, sedangkan *LIVE Gifts* dapat dikategorikan sebagai pemberian (*hibah*) yang diterima melalui aktivitas siaran langsung. Perbedaan karakter hukum tersebut berimplikasi pada penentuan objek zakat serta cara penghitungan penghasilan yang menjadi dasar kewajiban zakat.

Selain itu, penelitian menemukan bahwa sifat penghasilan TikTok yang fluktuatif dipengaruhi oleh algoritma platform, jumlah penonton (*engagement*), konsistensi produksi konten, dan kerja sama komersial dengan berbagai pihak. Kondisi ini menyebabkan pendapatan tidak diperoleh secara tetap setiap bulan sehingga menimbulkan persoalan fikih mengenai waktu penentuan nisab, perhitungan haul, dan mekanisme pembayaran zakat profesi.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa profesi *content creator* TikTok merupakan salah satu bentuk profesi digital kontemporer yang memiliki karakteristik penghasilan berbeda dengan profesi konvensional. Berbeda dengan pegawai atau pekerja yang memperoleh gaji tetap, pendapatan TikTok berasal dari berbagai mekanisme monetisasi digital, seperti *Creator Rewards*, *LIVE Gifts*, *TikTok Shop Affiliate*, *brand endorsement*, dan *paid partnership*. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Morni, Jaya, Yazid, Khedif, & Yusrina, 2025) yang menjelaskan bahwa perkembangan *creator economy* telah mengubah media sosial menjadi ekosistem ekonomi baru, di mana kreativitas digital menjadi aset utama dalam menghasilkan pendapatan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penghasilan kreator konten tidak lagi bersifat insidental, tetapi telah berkembang menjadi aktivitas ekonomi profesional yang memiliki nilai komersial.

Hasil penelitian juga menemukan bahwa setiap jenis pendapatan TikTok memiliki karakter hukum yang berbeda dalam perspektif fikih muamalah sehingga tidak dapat disamakan sebagai satu bentuk transaksi. Pendapatan dari *Creator Rewards* dan *brand endorsement* merupakan imbalan atas jasa atau karya (*ujrah*) karena diperoleh melalui aktivitas pembuatan konten dan kerja sama promosi. Pendapatan dari *affiliate marketing* lebih dekat dengan akad *ju'alah* atau *samsarah* karena berupa komisi atas keberhasilan memasarkan produk. Sementara itu, *LIVE Gifts* memiliki karakteristik sebagai *hibah* atau pemberian sukarela dari pengguna yang diberikan kepada kreator saat siaran langsung tanpa adanya kewajiban timbal balik secara langsung. Temuan ini memperlihatkan bahwa analisis zakat terhadap profesi TikTok tidak cukup hanya melihat total pendapatan, tetapi juga perlu mempertimbangkan karakter akad yang melatarbelakangi setiap sumber penghasilan.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian (Nasution, Syukur, & Rubino, 2024) yang menjelaskan bahwa perkembangan transaksi digital telah melahirkan berbagai bentuk akad baru yang secara substansi tetap dapat dianalisis menggunakan prinsip-prinsip fikih muamalah. Demikian pula (Zuhdi, 2026) menegaskan bahwa penetapan hukum terhadap aktivitas ekonomi digital harus didasarkan pada substansi akad, bukan

semata-mata pada media atau platform yang digunakan. Dengan demikian, pendapatan TikToker dari berbagai sumber monetisasi dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis akadnya terlebih dahulu sebelum ditentukan status zakatnya. Pendekatan ini memberikan kepastian hukum sekaligus menjaga fleksibilitas fikih dalam merespons perkembangan ekonomi digital.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa fluktuasi pendapatan menjadi karakteristik utama profesi TikToker. Besarnya penghasilan dipengaruhi oleh algoritma platform, jumlah penonton (*engagement*), konsistensi produksi konten, tren digital, dan intensitas kerja sama komersial sehingga penghasilan tidak selalu diperoleh secara tetap setiap bulan. Kondisi ini sejalan dengan penelitian (Lokman, Rahman, & Al-Bohari, 2026) mengenai ekonomi kreator digital yang menyatakan bahwa pendapatan kreator konten sangat bergantung pada performa konten dan mekanisme platform digital. Karakteristik tersebut menimbulkan implikasi fikih terhadap penentuan nisab, haul, dan mekanisme pembayaran zakat karena tidak seluruh pendapatan diterima secara stabil sebagaimana profesi bergaji tetap.

Berdasarkan temuan penelitian, karakteristik penghasilan yang berasal dari berbagai akad dan bersifat fluktuatif memperlihatkan bahwa profesi TikToker memerlukan pendekatan fikih yang lebih komprehensif dibandingkan profesi konvensional. Penelitian ini memberikan temuan bahwa perbedaan karakter hukum setiap sumber pendapatan menjadi aspek penting dalam menentukan status zakatnya. Pendapatan yang berasal dari *ujrah*, *ju'alah*, maupun *hibah* memiliki mekanisme kepemilikan yang berbeda, sehingga analisis zakat tidak cukup hanya didasarkan pada besarnya penghasilan, tetapi juga pada asal-usul akad dan status kepemilikannya. Dengan demikian, profesi *content creator* TikTok merupakan contoh nyata bahwa perkembangan ekonomi digital mendorong perlunya pengembangan fikih muamalah yang adaptif tanpa mengabaikan prinsip-prinsip dasar syariat Islam.

C. Pemikiran Yusuf al-Qaradhawi tentang Zakat Profesi

Yusuf al-Qaradawi berpendapat bahwa penghasilan yang diperoleh dari profesi, seperti gaji pegawai, honorarium, upah pekerja, maupun pendapatan tenaga profesional lainnya termasuk dalam kategori al-māl al-mustafād yang wajib dizakati ketika diterima apabila telah mencapai nisab. Beliau mengatakan:

فالذي أختاره: أن المال المستفاد — كراتب الموظف، وأجر العامل، ودخل الطبيب والمهندس والمحامي، وغيرهم من ذوي المهن الحرة، وكإيراد رأس المال المستغل في غير التجارة كالسيارات والسفن والطائرات. والمطاعم والفنادق ودور اللهو وغيرها — لا يشترط لوجوب الزكاة فيه مرور حول، بل يزكيه حين يقبضه

"Pendapat yang saya pilih adalah bahwa harta yang baru diperoleh, seperti gaji pegawai, upah pekerja, penghasilan dokter, insinyur, pengacara dan profesi-profesi bebas lainnya, termasuk hasil investasi selain perdagangan seperti kendaraan, kapal, pesawat, restoran,

hotel dan usaha-usaha lainnya, tidak disyaratkan berlalunya satu haul untuk wajib zakatnya, tetapi zakat dikeluarkan ketika harta tersebut diterima." (Al-Qaradawi, 1973, jil. 1, hlm. 505)

Lebih lanjut beliau menyatakan:

أن اشتراط الحول في كل مال — حتى المستفاد منه — ليس فيه نص في مرتبة الصحيح أو الحسن الذي يؤخذ منه حكم شرعي عام لازم

"Sesungguhnya mensyaratkan haul pada setiap jenis harta, termasuk harta yang baru diperoleh, tidak memiliki nash yang sahih ataupun hasan yang dapat dijadikan dasar hukum umum yang mengikat." (Al-Qaradawi, 1973, jil. 1, hlm. 505)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Yusuf al-Qaradhwawi memandang zakat profesi sebagai kewajiban atas setiap penghasilan yang diperoleh secara halal dari pekerjaan, keahlian, maupun jasa yang memiliki nilai ekonomi. Menurutnya, penghasilan profesi termasuk dalam kategori *al-māl al-mustafād* (harta yang diperoleh) sehingga dapat menjadi objek zakat apabila telah mencapai nisab, meskipun tidak harus menunggu berlalunya satu tahun (haul). Pandangan ini didasarkan pada pemahaman bahwa perkembangan bentuk-bentuk penghasilan modern harus direspons melalui ijtihad agar tujuan pensyariaan zakat tetap dapat diwujudkan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa metodologi *istinbāt* hukum Yusuf al-Qaradhwawi tidak hanya bertumpu pada makna tekstual Al-Qur'an dan hadis, tetapi juga menggunakan pendekatan *qiyās*, *istiṣlāḥ* (kemaslahatan), serta *maqāṣid al-syarī'ah*. Yusuf al-Qaradhwawi mengqiyaskan penghasilan profesi dengan hasil pertanian yang wajib dizakati ketika diperoleh karena keduanya sama-sama menghasilkan manfaat ekonomi secara langsung. Pendekatan tersebut bertujuan memperluas cakupan objek zakat agar mampu mengakomodasi perkembangan sistem ekonomi dan munculnya berbagai profesi modern.

Selain itu, hasil penelitian menemukan bahwa Yusuf al-Qaradhwawi berpendapat zakat profesi dapat dikeluarkan sebesar 2,5% ketika penghasilan telah mencapai nisab yang disetarakan dengan nilai 85 gram emas. Pembayaran zakat dapat dilakukan setiap kali menerima penghasilan atau diakumulasikan dalam periode tertentu selama nilai penghasilan telah memenuhi nisab. Menurutnya, mekanisme tersebut lebih memberikan kemudahan bagi muzaki sekaligus mempercepat distribusi zakat kepada mustahik sehingga fungsi sosial zakat dapat terlaksana secara optimal.

Dalam konteks profesi *content creator* TikTok, hasil penelitian menunjukkan bahwa pemikiran Yusuf al-Qaradhwawi relevan diterapkan terhadap berbagai bentuk penghasilan digital, seperti *TikTok Creator Rewards*, *LIVE Gifts*, *brand endorsement*, *paid partnership*, dan *affiliate marketing*. Seluruh bentuk pendapatan tersebut dipandang sebagai hasil profesi yang diperoleh melalui usaha dan kreativitas yang halal sehingga dapat menjadi objek zakat apabila telah memenuhi ketentuan nisab. Dengan demikian, pemikiran Yusuf al-Qaradhwawi menunjukkan karakter fikih yang adaptif

terhadap perkembangan ekonomi digital tanpa mengabaikan prinsip-prinsip dasar syariat Islam.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemikiran Yusuf al-Qaradhawi mengenai zakat profesi dibangun atas prinsip bahwa setiap penghasilan yang diperoleh secara halal melalui pekerjaan, keahlian, maupun jasa merupakan bagian dari *al-māl al-mustafād* yang wajib dizakati apabila telah mencapai nisab tanpa harus menunggu haul. Pandangan ini menunjukkan adanya upaya memperluas objek zakat agar selaras dengan perkembangan ekonomi modern. Yusuf al-Qaradhawi menilai bahwa syarat haul tidak memiliki landasan nash yang bersifat umum untuk seluruh jenis harta yang diperoleh, sehingga penghasilan profesi dapat dipersamakan dengan hasil pertanian yang wajib dizakati ketika diperoleh. Dengan demikian, orientasi utama pemikirannya tidak hanya berlandaskan aspek tekstual, tetapi juga mempertimbangkan tujuan syariat dalam mewujudkan keadilan ekonomi dan pemerataan kesejahteraan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan kajian (Indah & Syahbudi, 2025) yang menyatakan bahwa perkembangan ekonomi kontemporer telah melahirkan berbagai bentuk kekayaan baru yang tidak dikenal dalam literatur fikih klasik, sehingga memerlukan pengembangan ijtihad melalui pendekatan *maqāṣid al-syarī'ah*. Penelitian (Pusparini, Sukmana, & Napitupulu, 2025) juga menjelaskan bahwa konsep *al-māl al-mustafād* memberikan dasar hukum bagi pengenaan zakat terhadap penghasilan modern selama penghasilan tersebut diperoleh secara halal dan menunjukkan kemampuan ekonomi. Temuan tersebut memperkuat hasil penelitian bahwa pendekatan Yusuf al-Qaradhawi tidak bertujuan mengubah ketentuan zakat, melainkan mengaktualisasikan prinsip-prinsip zakat agar tetap relevan dengan perubahan struktur ekonomi masyarakat.

Selain menggunakan *qiyās*, Yusuf al-Qaradhawi juga mendasarkan argumentasinya pada prinsip *istiṣlāḥ* dan *maqāṣid al-syarī'ah*. Menurutnya, zakat bukan hanya ibadah yang bersifat individual, tetapi juga instrumen distribusi kekayaan yang harus mampu menjawab kesenjangan ekonomi. Temuan ini sesuai dengan penelitian (Atoillah, Ulayya, Yusuf, & Saryulis, 2026) yang menjelaskan bahwa pengembangan fikih zakat pada era modern perlu mempertimbangkan fungsi sosial zakat sebagai mekanisme redistribusi pendapatan dan pengentasan kemiskinan. Oleh karena itu, perluasan objek zakat terhadap penghasilan profesi dipandang sebagai bentuk ijtihad yang tetap berada dalam koridor tujuan syariat, yaitu menjaga harta (*ḥifẓ al-māl*) dan mewujudkan kemaslahatan masyarakat.

Dalam konteks profesi *content creator* TikTok, hasil penelitian menunjukkan bahwa pemikiran Yusuf al-Qaradhawi memiliki relevansi yang tinggi terhadap karakteristik ekonomi digital. Pendapatan yang diperoleh melalui *TikTok Creator Rewards*, *brand endorsement*, *affiliate marketing*, *paid partnership*, maupun *LIVE Gifts* merupakan hasil dari kreativitas, keterampilan, dan aktivitas profesional yang menghasilkan nilai ekonomi. Temuan ini didukung oleh (Lathifah & Hilmatunnisa, 2025) yang menjelaskan bahwa *creator economy* telah berkembang menjadi sektor ekonomi baru dengan pola pendapatan berbasis platform digital. Oleh karena itu, berdasarkan

pendekatan Yusuf al-Qaradhawi, seluruh bentuk penghasilan tersebut dapat dikategorikan sebagai *al-māl al-mustafād* yang menjadi objek zakat apabila telah mencapai nisab, terlepas dari media atau platform tempat penghasilan tersebut diperoleh.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dipahami bahwa keunggulan pemikiran Yusuf al-Qaradhawi terletak pada kemampuannya mengintegrasikan prinsip-prinsip fikih klasik dengan realitas ekonomi modern melalui pendekatan ijtihad yang adaptif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa substansi pemikirannya bukan sekadar menghapus syarat haul, melainkan membangun paradigma bahwa setiap bentuk kekayaan produktif yang lahir dari perkembangan ekonomi harus memiliki tanggung jawab sosial melalui zakat. Konsep ini memberikan kontribusi penting terhadap pengembangan fikih muamalah kontemporer, khususnya dalam merumuskan hukum zakat bagi profesi digital seperti *content creator* TikTok, sehingga hukum Islam tetap mampu menjawab dinamika ekonomi digital tanpa meninggalkan nilai-nilai dasar syariat.

D. Pemikiran Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin tentang Zakat Profesi

Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin memiliki pendekatan yang lebih berhati-hati dalam menetapkan hukum zakat atas penghasilan profesi. Muhammad ibn Ṣāliḥ al-'Utsaimīn berpendapat bahwa zakat profesi bukan merupakan kategori zakat yang berdiri sendiri. Menurut beliau, penghasilan berupa gaji mengikuti hukum zakat uang sehingga tetap disyaratkan mencapai nisab dan berlalu satu haul.

Beliau menjelaskan:

إخراج الزكاة في الرواتب الشهرية: إن كان الإنسان كلما أتاه الراتب أنفق ما يبقى إلى الشهر الثاني، فهذا ليس عليه زكاة؛ لأن من شروط وجوب الزكاة تمام الحول

"Zakat atas gaji bulanan adalah sebagai berikut: apabila seseorang setiap menerima gaji langsung menghabiskannya sehingga tidak tersisa sampai bulan berikutnya, maka ia tidak wajib mengeluarkan zakat, karena di antara syarat wajib zakat adalah telah sempurnanya satu haul." (Al-'Utsaimīn, *Fatāwā al-Fiqh*, hlm. 178).

Namun apabila sebagian gaji disimpan, maka zakat wajib dikeluarkan setelah mencapai haul. Untuk memudahkan perhitungan, beliau menyarankan agar seseorang menetapkan satu waktu dalam setahun untuk menghitung seluruh simpanan yang dimilikinya.

Sebagaimana dijelaskan beliau:

لكن هذا فيه مشقة أن الإنسان يحصي كل شهر، ودرءاً لهذه المشقة يجعل الزكاة في شهر واحد لجميع ما عنده من المال، مثلاً إذا كان يتم الحول في شهر محرم، إذا جاء شهر محرم الذي يتم به حول أول

راتب يحصي كل الذي عنده ويخرج زكاته، وتكون الزكاة واقعة موقعها عند تمام الحول، وتكون لما بعده معجلة والتعجيل جائز

“Akan tetapi, hal ini mengandung kesulitan, yaitu seseorang harus menghitung hartanya setiap bulan. Untuk menghindari kesulitan tersebut, ia menjadikan pembayaran zakat pada satu bulan tertentu untuk seluruh harta yang dimilikinya. Misalnya, apabila haulnya sempurna pada bulan Muharram, maka ketika datang bulan Muharram yang menjadi waktu sempurnanya haul untuk gaji pertama, ia menghitung seluruh harta yang dimilikinya dan mengeluarkan zakatnya. Dengan demikian, zakat tersebut telah dikeluarkan tepat pada waktunya ketika haul telah sempurna. Adapun zakat untuk harta yang haulnya belum sempurna setelah itu, maka zakatnya dianggap sebagai pembayaran yang dipercepat, dan mempercepat pembayaran zakat hukumnya boleh”. (Al-'Utsaimin, *Fatāwā al-Fiqh*, hlm. 178).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin tidak mengakui zakat profesi sebagai kategori zakat yang berdiri sendiri. Menurutnya, penghasilan yang diperoleh dari pekerjaan, gaji, honorarium, maupun jasa termasuk dalam kategori harta (*māl*) yang mengikuti ketentuan zakat uang. Oleh karena itu, kewajiban zakat atas penghasilan profesi tidak muncul ketika penghasilan diterima, tetapi baru berlaku apabila harta tersebut telah mencapai nisab dan dimiliki selama satu tahun hijriah (haul).

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa metodologi *istinbāt* hukum Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin didasarkan pada pendekatan tekstual (*naṣṣī*) dengan menempatkan hukum zakat sebagai ibadah yang bersifat *tauqīfī*. Menurutnya, penetapan kewajiban zakat harus memiliki landasan yang jelas dari Al-Qur'an, hadis, maupun praktik para ulama terdahulu. Karena tidak terdapat dalil yang secara eksplisit mewajibkan zakat atas penghasilan profesi ketika diterima, maka beliau mempertahankan syarat nisab dan haul sebagaimana yang berlaku pada zakat emas, perak, dan uang, serta tidak melakukan perluasan objek zakat melalui *qiyās*.

Selain itu, hasil penelitian menemukan bahwa Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin memberikan kemudahan dalam mekanisme pembayaran zakat. Apabila seseorang menerima penghasilan setiap bulan dan sebagian penghasilannya disimpan, zakat tidak perlu dihitung berdasarkan waktu penerimaan masing-masing penghasilan. Untuk menghindari kesulitan dalam perhitungan, beliau menganjurkan agar seseorang menetapkan satu waktu tertentu setiap tahun untuk menghitung seluruh harta simpanan yang telah mencapai nisab. Harta yang telah memenuhi haul wajib dizakati, sedangkan harta yang belum mencapai haul dapat dibayarkan lebih awal (*ta'jīl az-zakāh*), yang menurut beliau hukumnya diperbolehkan.

Dalam konteks profesi *content creator* TikTok, hasil penelitian menunjukkan bahwa menurut pemikiran Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin, pendapatan yang diperoleh dari *Creator Rewards*, *LIVE Gifts*, *affiliate marketing*, maupun *brand endorsement* tidak secara otomatis menjadi objek zakat ketika diterima. Penghasilan tersebut terlebih dahulu diperlakukan sebagai harta simpanan yang harus memenuhi

syarat nisab dan haul. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin lebih menekankan kepastian hukum dan kehati-hatian dalam menetapkan kewajiban zakat sehingga tetap berpegang pada ketentuan zakat mal yang telah ditetapkan dalam syariat Islam.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin tidak memandang zakat profesi sebagai jenis zakat yang berdiri sendiri, melainkan bagian dari zakat mal yang mengikuti ketentuan zakat atas uang dan harta simpanan. Menurutnya, penghasilan yang diperoleh dari pekerjaan, gaji, honorarium, maupun jasa belum otomatis menjadi objek zakat ketika diterima, tetapi baru wajib dizakati apabila telah mencapai nisab dan dimiliki selama satu tahun hijriah (haul). Pendekatan ini menunjukkan bahwa Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin menempatkan zakat sebagai ibadah yang bersifat *tauqīfī*, sehingga penetapan hukumnya harus berlandaskan dalil yang jelas dari Al-Qur'an dan hadis tanpa memperluas objek zakat melalui analogi (*qiyās*) yang tidak memiliki landasan nash yang tegas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan kajian (Ismail, Asrori, & Shabbir, 2025) yang menjelaskan bahwa sebagian ulama kontemporer tetap mempertahankan syarat nisab dan haul karena keduanya merupakan ketentuan pokok dalam zakat mal yang telah disepakati dalam fikih klasik. Penelitian (Putra, Ahmad, & Shaikh, 2026) juga menjelaskan bahwa pengembangan hukum Islam harus tetap memperhatikan batas-batas *ijtihad* pada wilayah ibadah (*ta'abbudī*), sehingga inovasi hukum tidak boleh bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar syariat. Temuan tersebut memperkuat pandangan Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin bahwa tidak adanya dalil yang secara eksplisit mewajibkan zakat atas penghasilan profesi ketika diterima menjadi alasan metodologis untuk tetap mempertahankan ketentuan haul sebagai syarat wajib zakat.

Selain mempertahankan syarat haul, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin memberikan solusi praktis dalam pelaksanaan zakat dengan menganjurkan penetapan satu waktu tertentu setiap tahun untuk menghitung seluruh harta simpanan. Mekanisme ini bertujuan mempermudah muzaki dalam menghitung zakat tanpa harus menghitung masa haul masing-masing penghasilan yang diterima setiap bulan. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Azwar, Abubakar, & Irham, 2025) yang menjelaskan bahwa penerapan hukum Islam perlu memperhatikan aspek kemudahan (*taysīr*) dalam implementasinya selama tidak mengubah substansi hukum yang telah ditetapkan. Dengan demikian, meskipun mempertahankan syarat haul, Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin tetap memberikan ruang kemudahan dalam tata cara pembayaran zakat.

Dalam konteks profesi *content creator* TikTok, hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin memberikan analisis yang berbeda terhadap karakteristik penghasilan digital. Pendapatan yang diperoleh dari *Creator Rewards*, *affiliate marketing*, *brand endorsement*, maupun *LIVE Gifts* dipandang sebagai harta yang dimiliki seseorang, bukan sebagai objek zakat profesi yang berdiri sendiri. Oleh karena itu, penghasilan tersebut baru dikenai zakat apabila telah menjadi harta simpanan yang mencapai nisab dan dimiliki selama satu tahun. Pendekatan ini

relevan dengan karakteristik pendapatan kreator digital yang cenderung fluktuatif dan sering kali digunakan untuk kebutuhan operasional maupun kebutuhan hidup sehari-hari, sehingga tidak seluruh penghasilan secara otomatis berkembang menjadi harta yang wajib dizakati.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dipahami bahwa kekuatan pemikiran Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin terletak pada konsistensinya menjaga kepastian hukum zakat berdasarkan dalil-dalil syariat. Berbeda dengan Yusuf al-Qaradhawi yang mengembangkan pendekatan *maqāṣid al-syarī'ah* dan *qiyās*, Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin lebih menekankan paradigma tekstual dalam menetapkan hukum zakat. Temuan penelitian menunjukkan bahwa perbedaan tersebut bukan hanya menyangkut syarat haul, tetapi juga mencerminkan dua paradigma *ijtihad* yang berbeda dalam merespons perkembangan ekonomi digital. Pendekatan Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin memberikan kontribusi penting dalam menjaga prinsip kehati-hatian (*iḥtiyāt*) dalam hukum ibadah, sehingga penerapan zakat pada profesi digital tetap berada dalam koridor ketentuan zakat mal yang telah ditetapkan oleh syariat Islam.

E. Pendekatan Yusuf al-Qaradhawi dan Muhammad bin Shalih al-Utsaimin terhadap Zakat Profesi pada Profesi TikToker

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan metodologis yang mendasar antara pemikiran Yusuf al-Qaradhawi dan Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin dalam menetapkan hukum zakat profesi pada profesi *content creator* TikTok. Perbedaan tersebut tidak hanya berkaitan dengan syarat nisab dan haul, tetapi juga berakar pada paradigma *istinbāt* hukum yang digunakan dalam merespons perkembangan ekonomi digital. Yusuf al-Qaradhawi menggunakan pendekatan yang bersifat kontekstual melalui *qiyās*, *maṣlaḥah*, dan *maqāṣid al-syarī'ah*, sedangkan Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin menggunakan pendekatan *tauqīfī* yang menitikberatkan pada dalil-dalil yang bersifat tekstual.

Hasil penelitian juga menemukan bahwa Yusuf al-Qaradhawi mengategorikan seluruh penghasilan yang diperoleh TikToker, seperti *Creator Rewards*, *affiliate marketing*, *brand endorsement*, *paid partnership*, dan *LIVE Gifts*, sebagai bagian dari *al-māl al-mustafād* (harta yang diperoleh melalui usaha) sehingga dapat menjadi objek zakat profesi apabila telah mencapai nisab. Menurutnya, seluruh bentuk pendapatan tersebut memiliki nilai ekonomi yang diperoleh melalui aktivitas profesional sehingga wajib dizakati sebesar 2,5% tanpa harus menunggu haul. Sebaliknya, Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin memandang bahwa berbagai bentuk pendapatan tersebut tidak secara otomatis menjadi objek zakat ketika diterima, tetapi diperlakukan sebagai bagian dari zakat mal yang baru wajib dizakati apabila telah mencapai nisab dan dimiliki selama satu tahun hijriah (haul).

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa perbedaan kedua tokoh juga terlihat dalam cara memandang karakteristik pendapatan digital. Yusuf al-Qaradhawi menilai bahwa sifat penghasilan TikToker yang berasal dari berbagai sumber dan diperoleh secara berkelanjutan tidak menghalangi kewajiban zakat karena substansi utamanya

adalah adanya kemampuan ekonomi (*al-ghināʾ*). Sebaliknya, Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin berpendapat bahwa fluktuasi pendapatan digital menjadi alasan penting untuk tetap mempertahankan syarat haul, sehingga hanya harta yang benar-benar tersimpan dan menunjukkan kestabilan kepemilikan yang dikenai zakat.

Temuan penelitian yang paling penting adalah bahwa perbedaan kedua tokoh tidak semata-mata terletak pada kewajiban haul, tetapi berakar pada paradigma epistemologis yang berbeda dalam memahami hukum zakat. Yusuf al-Qaradhawi mengembangkan model ijtihad yang adaptif terhadap transformasi ekonomi modern dengan memperluas objek zakat berdasarkan tujuan syariat dan kemaslahatan umat. Sebaliknya, Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin mempertahankan paradigma normatif yang membatasi perluasan objek zakat tanpa adanya dalil yang eksplisit. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa perbedaan keduanya merepresentasikan dua model pengembangan fikih zakat kontemporer, yaitu pendekatan progresif yang berorientasi pada *maqāṣid al-syarīʿah* dan pendekatan tekstual yang berorientasi pada kepastian hukum syariat.

Berdasarkan hasil komparasi tersebut, penelitian ini menemukan bahwa pendekatan Yusuf al-Qaradhawi lebih relevan diterapkan pada profesi *content creator* TikTok karena mampu mengakomodasi karakteristik ekonomi digital yang dinamis dan menghasilkan berbagai bentuk pendapatan baru. Sementara itu, pemikiran Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin tetap memberikan kontribusi penting dalam menjaga prinsip kehati-hatian (*iḥtiyāt*) dalam penetapan hukum ibadah. Temuan ini memberikan kontribusi ilmiah berupa formulasi komparatif mengenai penerapan zakat profesi pada profesi digital serta memperkaya pengembangan fikih muamalah kontemporer dalam menghadapi transformasi ekonomi berbasis platform digital.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin tidak memandang zakat profesi sebagai jenis zakat yang berdiri sendiri, melainkan bagian dari zakat mal yang mengikuti ketentuan zakat atas uang dan harta simpanan. Menurutnya, penghasilan yang diperoleh dari pekerjaan, gaji, honorarium, maupun jasa belum otomatis menjadi objek zakat ketika diterima, tetapi baru wajib dizakati apabila telah mencapai nisab dan dimiliki selama satu tahun hijriah (haul). Pendekatan ini menunjukkan bahwa Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin menempatkan zakat sebagai ibadah yang bersifat *tauqīfī*, sehingga penetapan hukumnya harus berlandaskan dalil yang jelas dari Al-Qur'an dan hadis tanpa memperluas objek zakat melalui analogi (*qiyās*) yang tidak memiliki landasan nash yang tegas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan kajian (Wulandari, Nuryaman, Firdaus, & Affandi, 2025) yang menjelaskan bahwa sebagian ulama kontemporer tetap mempertahankan syarat nisab dan haul karena keduanya merupakan ketentuan pokok dalam zakat mal yang telah disepakati dalam fikih klasik. Penelitian (Siregar, Andy, Abdurrahman, Kamal, & Zainal, 2025) juga menjelaskan bahwa pengembangan hukum Islam harus tetap memperhatikan batas-batas *ijtihad* pada wilayah ibadah (*taʿabbudī*), sehingga inovasi hukum tidak boleh bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar syariat. Temuan tersebut memperkuat pandangan Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin bahwa

tidak adanya dalil yang secara eksplisit mewajibkan zakat atas penghasilan profesi ketika diterima menjadi alasan metodologis untuk tetap mempertahankan ketentuan haul sebagai syarat wajib zakat.

Selain mempertahankan syarat haul, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin memberikan solusi praktis dalam pelaksanaan zakat dengan menganjurkan penetapan satu waktu tertentu setiap tahun untuk menghitung seluruh harta simpanan. Mekanisme ini bertujuan mempermudah muzaki dalam menghitung zakat tanpa harus menghitung masa haul masing-masing penghasilan yang diterima setiap bulan. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Ahmad, Zen, & Shabri, 2025) yang menjelaskan bahwa penerapan hukum Islam perlu memperhatikan aspek kemudahan (*taysir*) dalam implementasinya selama tidak mengubah substansi hukum yang telah ditetapkan. Dengan demikian, meskipun mempertahankan syarat haul, Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin tetap memberikan ruang kemudahan dalam tata cara pembayaran zakat.

Dalam konteks profesi *content creator* TikTok, hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin memberikan analisis yang berbeda terhadap karakteristik penghasilan digital. Pendapatan yang diperoleh dari *Creator Rewards*, *affiliate marketing*, *brand endorsement*, maupun *LIVE Gifts* dipandang sebagai harta yang dimiliki seseorang, bukan sebagai objek zakat profesi yang berdiri sendiri. Oleh karena itu, penghasilan tersebut baru dikenai zakat apabila telah menjadi harta simpanan yang mencapai nisab dan dimiliki selama satu tahun. Pendekatan ini relevan dengan karakteristik pendapatan kreator digital yang cenderung fluktuatif dan sering kali digunakan untuk kebutuhan operasional maupun kebutuhan hidup sehari-hari, sehingga tidak seluruh penghasilan secara otomatis berkembang menjadi harta yang wajib dizakati.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dipahami bahwa kekuatan pemikiran Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin terletak pada konsistensinya menjaga kepastian hukum zakat berdasarkan dalil-dalil syariat. Berbeda dengan Yusuf al-Qaradhawi yang mengembangkan pendekatan *maqāṣid al-syarī'ah* dan *qiyās*, Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin lebih menekankan paradigma tekstual dalam menetapkan hukum zakat. Temuan penelitian menunjukkan bahwa perbedaan tersebut bukan hanya menyangkut syarat haul, tetapi juga mencerminkan dua paradigma *ijtihad* yang berbeda dalam merespons perkembangan ekonomi digital. Pendekatan Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin memberikan kontribusi penting dalam menjaga prinsip kehati-hatian (*iḥtiyāt*) dalam hukum ibadah, sehingga penerapan zakat pada profesi digital tetap berada dalam koridor ketentuan zakat mal yang telah ditetapkan oleh syariat Islam.

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa perbedaan pemikiran Yusuf al-Qaradhawi dan Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin mengenai zakat profesi tidak hanya terletak pada syarat nisab dan haul, tetapi juga pada paradigma *istinbāt* hukum yang digunakan.

Yusuf al-Qaradhawi menggunakan pendekatan *qiyās*, *istiṣlāḥ*, dan *maqāṣid al-syarī‘ah* sehingga memandang penghasilan *content creator* TikTok sebagai bagian dari *al-māl al-mustafād* yang wajib dizakati ketika telah mencapai nisab tanpa harus menunggu haul. Sebaliknya, Muhammad ibn Shalih al-Utsaimin berpendapat bahwa penghasilan profesi mengikuti ketentuan zakat mal sehingga baru wajib dizakati apabila telah mencapai nisab dan dimiliki selama satu tahun. Penelitian ini berimplikasi pada pengembangan fikih muamalah kontemporer sebagai dasar dalam merumuskan ketentuan zakat profesi di era ekonomi digital, khususnya bagi profesi *content creator*. Namun, penelitian ini masih terbatas pada pendekatan normatif dan hanya membandingkan pemikiran dua tokoh tanpa melibatkan data empiris maupun pandangan ulama lainnya. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan empiris atau *mixed methods*, melibatkan pelaku ekonomi digital dan lembaga amal zakat, serta mengembangkan model perhitungan zakat yang lebih aplikatif sesuai dengan karakteristik berbagai sumber pendapatan digital.

Daftar Pustaka

- Ahmad, H., Zen, M., & Shabri, N. A. (2025). Strategy Promotion Through Instagram National Aid Foundation (BAZIS) DKI Jakarta in Increasing Zakat Fundraising. *Munazzama: Journal of Islamic Management and Pilgrimage*, 5(1), 55–69. doi:<https://doi.org/10.21580/mz.v5i1.24984>
- Ahmad, N., & Juhari, J. (2025). Harnessing Tiktok For Islamic Crowdfunding: A Conceptual Framework For Digital Dakwah And Donor Engagement (Norhaidah Ahmad & Joeaiza Juhari, Trans.). *Journal Islamic Philanthropy and Social Finance*, 7(2), 74–84. doi:<https://doi.org/10.24191/jipsf.v7>
- Ariffin, M. I., Nasaruddin, M. G., Maulana, A. Y., & Ameer, A. S. (2025). Social media influencers and sadaqah contribution among university students: Case of International Islamic University Malaysia. *Review of Islamic Social Finance and Entrepreneurship*, 4(2), 124–140. doi:<https://doi.org/10.20885/RISFE.vol4.iss2.art3>
- Atoillah, M. A., Ulayya, N. N., Yusuf, M., & Saryulis, M. I. (2026). #Lanjutkandikamu: The Living Qur'an and the Construction of Digital Altruism on the Hobby Makan YouTube Channel. *Dialogia: Jurnal Studi Islam dan Sosial*, 24(1), 65–89. doi:<https://doi.org/10.21154/dialogia.v24i01.13328>
- Azwar, A., Abubakar, A., & Irham, M. (2025). Opportunity, Challenge, and Strategy of Media in Increasing Waqf Literacy: Correlation and Thematic Interpretation of Relevant Quranic Verses. *AL-KHIYAR: Jurnal Bidang Muamalah Dan Ekonomi Islam*, 5(1), 125–148. doi:<https://doi.org/10.36701/al-khiyar.v5i1.2167>
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.)*. Thousand Oaks: Sage Publications.

- Fauzan, M. D. (2025). Analisis Kewajiban Zakat Profesi dari Penghasilan Youtuber dan Selebgram Perspektif Hukum Islam Berdasarkan Konsensus Fatwa MUI Nomor 4/Ijtima Ulama/VIII/2024. *SiRad: Pelita Wawasan*, 1(2), 145-154. doi:<https://doi.org/10.64728/sirad.v1i2.art7>
- Fitria, T. N. (2025). The Profession of Content Creator in the Sharia-Compliant Creative Economy: Opportunities, Challenges, and Islamic Business Ethics on the Commercialization of Halal Content. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(3), 23-46. doi:<https://doi.org/10.29040/jiei.v11i03.17242>
- Indah, T. M., & Syahbudi, M. (2025). The Representation of Sharia Values of BSI Tiktok Educational Videos in Maqasid Sharia Index Perspective. *Jesya*, 8(2), 1502-1516. doi:<https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v8i2.2213>
- Ismail, M., Asrori, S., & Shabbir, A. (2025). Commodified Compassion: Platform Capitalism and Moral Giving in Indonesian Digital Philanthropy. *Dialog*, 48(2), 299-313. doi:<https://doi.org/10.47655/dialog.v48i2.1210>
- Kamali, M. H. (2022). *Maqasid al-Shari'ah Made Simple*. Herndon: International Institute of Islamic Thought.
- Kurniawan, E., Ahmad, H., & Muttaqin, M. Z. (2025). From Content Creators to Zakat Payers: The Fatwa of Indonesian Ulama Council and the Rise of Digital Fiqh. *Islamic Law and Social Issues in Society*, 1(2), 99–115. doi:<https://doi.org/10.64929/ilsis.v1i2.9>
- Lathifah, F., & Hilmatunnisa, A. (2025). Enhancing ZIS Literacy for Optimizing Muzaki Decision to Pay ZIS Study of Social Media Effect using AISAS Model Approach. *International Journal of Zakat*, 10(2), 43–60. doi:<https://doi.org/10.37706/ijaz.v10i2.698>
- Lokman, A. Z., Rahman, A. A., & Al-Bohari, M. A. (2026). Islamic perspectives on TikTok: Examining its position and relationship with the concept of hifz al-‘aql. *Journal of Advanced Islamic and Legal Research*, 3(1), 1-12. Retrieved from <https://ailrjournal.com/index.php/journal/article/view/32>
- Malik, B. A., & Purnamasari, N. (2025). Optimizing Zakat in the Digital Economy: An Islamic Legal Study on Influencer Income. *Journal of Mujaddid Nusantara*, 2(2), 86–98. doi:<https://doi.org/10.62568/jomn.v2i2.420>
- Marzuki, P. M. (2021). *Penelitian Hukum (Edisi Revisi)*. Jakarta: Kencana.
- Moleong, L. J. (2024). *Metodologi penelitian kualitatif (Edisi revisi)*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Morni, F., Jaya, S., Yazi, E., Khedif, B., & Yusrina, L. (2025). Philanthropy practices on social media: a case study of Malaysia. *Borneo International Islamic Conference*, 16(36), 309-321. Retrieved from <https://ir.uitm.edu.my/id/eprint/140800/>

- Mutmainnah, R., Akbar, I. N., Pati, M. D., & Fadhilatunisa, D. (2023). Zakat Profesi : Membangun Kesejahteraan Umat. *Indonesian Journal of Taxation and Accounting (IJOTA)*, 1(1), 49-56. doi:<https://doi.org/10.61220/ijota.v1i1.2023c5>
- Nasution, B. R., Syukur, K., & Rubino, R. (2024). Baznas Zakat Literacy in Medan Communities through Digital Communication. *Al-Tahrir: Jurnal Pemikiran Islam*, 24(2), 303-314. doi:<https://doi.org/10.21154/altahrir.v24i2.10992>
- Pusparini, M. D., Sukmana, R., & Napitupulu, R. M. (2025). “What is done and what is left to be done?” An investigation of YouTube as knowledge resource for Islamic endowment funds (cash waqf) in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 16(6), 1689–1719. doi:<https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2024-0227>
- Putra, M. D., Ahmad, A. B., & Shaikh, S. (2026). Mediated Compassion: The Role of Influencers and Digital Celebrities in Promoting a Culture of Philanthropy in Indonesia. *Asian Journal of Media and Culture* , 2(1), 01-22. doi:<https://doi.org/10.63919/ajmc.v2i1.69>
- Putri, N. Q., Fauzia, P., Pu’asturi, W. A., & Permana, E. (2026). Analisis Bisnis Konten Kreator Sebagai Alternative Karir Di Era Digital Pada Gen Z Di Platform Tiktok. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 12(6), 2441-2451. doi:<https://doi.org/10.31604/jips.v12i6.2025.%25p>
- Rahmadani, Jalil, H. A., & Khan, R. (2024). Legal Analysis Of Zakat From The Income Of Social Media Activists: A Study Of The Theory Of Al-Mal Al-Mustafad. *JURISTA: Jurnal Hukum Dan Keadilan*, 8(2), 708-726. doi:<https://doi.org/10.22373/jurista.v8i2.204>
- Ridho, H., Sabil, A., Anwar, K., Solikin, N., binti, H. M., & Mohiddin, H. (2026). The Development of Professional Zakat in the Digital Age; A Critical Analysis of the Determination of Professional Zakat for Content Creators in Indonesia. *NALAR FIQH: Jurnal Hukum Islam*, 17(1), 30-51. doi:<https://doi.org/10.30631/nf.v17i1.2504>
- Siregar, M. H., Andy, N., Abdurrahman, Z., Kamal, M., & Zainal. (2025). Digital Fiqh and Ethical Governance: Negotiating Islamic Normativity and Online Narcissism in Contemporary Indonesia. *JURIS (Jurnal Ilmiah Syariah)*, 24(1), 181–191. doi:<https://doi.org/10.31958/juris.v24i1.13218>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wulandari, Nuryaman, Firdaus, & Affandi, M. T. (2025). Young ‘Āmil as Digital Agents of Change: Spiritual Motivation, Social Media Activism, and Islamic Philanthropy Transformation. *JURNAL INDO-ISLAMIKA*, 15(2), 259-276. doi:<https://doi.org/10.15408/jii.v15i2.48706>

Yusoff, S. H., Sabran, R., Hussin, R., Sabri, S. A., Hassan, F., Rahman, S. H., & Majid, N. S. (2025). Media-Driven Promotion Strategies of Islamic Products: A Case Study of The Majlis Agama Islam Negeri Sembilan (MAINS). *Abqari Journal*, 32(1), 1–10. doi:<https://doi.org/10.33102/abqari.vol32no1.658>.

Zuhdi, H. (2026). The Commodification of Piety in the Algorithmic Age: A Normative-Theological Analysis of Monetized Spiritual Practices on TikTok. *Journal of Digital Islamic Thought*, 1(1), 56–79. Retrieved from <https://journal.zamzamisolar.com/index.php/JDIT/article/view/20>