

ZAKAT PROFESI BAGI CONTENT CREATOR DAN INFLUENCER MUSLIM DALAM PERSPEKTIF FIQIH KONTEMPORER

Salwa Mahmuda

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang, Indonesia

*E-mail: sahwamahmuda088@gmail.com

Diterima: 24 Juni 2026

Disetujui: 30 Juni 2026

Diterbitkan: 30 Juni 2026

ABSTRACT

The emergence of content creator and influencer professions in the digital era has raised fundamental questions about the status of zakat on income generated from digital platform-based creative economic activities. This study aims to comprehensively analyze the obligation of professional zakat for Muslim content creators and influencers from a contemporary fiqh perspective, examining the sharia foundations, MUI and Muhammadiyah fatwa provisions, and differing views among scholars. The method used is library research with a descriptive-analytical approach, collecting data from official fatwas, classical and contemporary fiqh books, scientific journals, and articles from trusted websites. The results show that the income of Muslim content creators and influencers falls under the category of al-mal al-mustafad (wealth obtained from business or work) which is subject to zakat if it has reached the nisab of 85 grams of gold with a rate of 2.5 percent. MUI Fatwa Number 04/Ijtima Ulama/VIII/2024 and the Majelis Tarjih Muhammadiyah fatwa explicitly establish the zakat obligation for digital creative economy actors with the flexibility of paying zakat upon receiving income. The absolute requirement for the validity of zakat is that the source of income must be halal, so that content containing elements of munkar makes the income haram and invalidates the zakat obligation. This research is expected to provide practical guidance for digital creative industry actors in fulfilling zakat and input for fatwa institutions and zakat managers in developing more effective socialization strategies.

Keywords : professional zakat; content creator; influencer; al-mal al-mustafad; MUI fatwa.

ABSTRAK

Kemunculan profesi content creator dan influencer di era digital telah menimbulkan pertanyaan fundamental tentang status zakat atas penghasilan yang diperoleh dari aktivitas ekonomi kreatif berbasis platform digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis secara mendalam kewajiban zakat profesi bagi content creator dan influencer Muslim dalam perspektif fiqh kontemporer, dengan mengkaji landasan syariat, ketentuan fatwa MUI dan Muhammadiyah, serta perbedaan pandangan ulama. Metode yang digunakan adalah penelitian kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan deskriptif-analitis, mengumpulkan data dari fatwa resmi, kitab-kitab fiqh klasik dan kontemporer, jurnal ilmiah, serta artikel dari situs terpercaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penghasilan content creator dan influencer Muslim termasuk dalam kategori *al-mal al-mustafad* (harta yang diperoleh dari hasil usaha atau pekerjaan) yang wajib dizakati apabila telah mencapai nisab 85 gram emas dengan kadar 2,5 persen. Fatwa MUI Nomor 04/Ijtima Ulama/VIII/2024 dan fatwa Majelis Tarjih Muhammadiyah secara tegas menetapkan kewajiban zakat bagi pelaku ekonomi kreatif digital dengan kelonggaran pembayaran zakat setiap kali menerima penghasilan. Syarat mutlak keabsahan zakat adalah sumber penghasilan yang halal, sehingga konten yang mengandung unsur maksiat menjadikan penghasilan haram dan menggugurkan kewajiban zakat. Penelitian ini diharapkan memberikan panduan praktis bagi para pelaku industri kreatif digital dalam menunaikan zakat serta masukan bagi lembaga fatwa dan pengelola zakat dalam menyusun strategi sosialisasi yang lebih efektif.

Kata kunci: zakat profesi; content creator; influencer; *al-mal al-mustafad*; fatwa MUI

PENDAHULUAN

Secara umum, kewajiban zakat telah ditegaskan dalam Al-Quran dan hadis. Allah SWT berfirman dalam QS. At-Taubah: 103 yang memerintahkan Rasulullah untuk mengambil zakat dari harta kaum Muslimin sebagai pensucian dan pemberkahan (Departemen Agama RI., 2019). Rasulullah SAW juga bersabda dalam hadis riwayat Al-Bukhari dan Muslim: "Islam dibangun atas lima perkara: syahadat, shalat, zakat, puasa, dan haji" (Al-Bukhari, n.d. ; Muslim, n.d.) Prinsip dasar inilah yang menjadi fondasi bagi seluruh ketentuan zakat, termasuk dalam merespons profesi-profesi baru di era ekonomi kreatif.

Perkembangan teknologi digital telah melahirkan transformasi signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam lanskap ekonomi dan profesi. Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2025 mencatat

tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 80,66 persen, menjangkau lebih dari 229 juta penduduk, dengan dominasi pengguna dari kalangan Generasi Z dan Milenial (Rahmadani et al., 2024). Fenomena ini tidak hanya mengubah pola komunikasi dan interaksi sosial, tetapi juga menciptakan peluang ekonomi baru yang sebelumnya tidak dikenal dalam struktur ekonomi konvensional. Salah satu profesi yang berkembang pesat sebagai konsekuensi dari revolusi digital ini adalah content creator dan influencer, yang memanfaatkan platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram sebagai sumber penghasilan utama (Rahmadani et al., 2024).

Fenomena content creator sebagai profesi yang menjanjikan tercermin dari besarnya pendapatan yang dapat diraih para pelakunya. Data menunjukkan bahwa sepuluh YouTuber terkaya di Indonesia pada tahun 2024 memiliki pendapatan bulanan yang sangat fantastis, dengan Klara Tania di posisi teratas mencapai Rp 1,6 hingga 26,5 miliar per bulan, disusul Meicy Villia dengan Rp 1,1 hingga 18,7 miliar, dan Willie Salim dengan Rp 1 hingga 17 miliar per bulan (Rahmadani et al., 2024). Sementara itu, para selebgram di Indonesia memiliki *rate card* rata-rata berkisar antara Rp 9,3 juta hingga Rp 14 juta per bulan, yang disesuaikan dengan jumlah pengikut mereka (Rahmadani et al., 2024). Besaran pendapatan yang luar biasa ini menempatkan para pelaku industri kreatif digital pada posisi ekonomi yang sangat kuat, sehingga menimbulkan pertanyaan fundamental tentang kewajiban zakat atas penghasilan yang mereka peroleh (Madania, 2024).

Dalam perspektif fiqh kontemporer, penghasilan yang diperoleh dari aktivitas digital ini dikategorikan sebagai *al-mal al-mustafad*, yaitu harta yang diperoleh dari hasil usaha atau pekerjaan (Majelis Tarjih Muhammadiyah., 2026). Para ulama dari empat mazhab Syafi'i, Maliki, Hanafi, dan Hanbali sepakat bahwa harta penghasilan tidak wajib dizakati kecuali telah mencapai nisab dan sempurna satu haul (Zuhaili, n.d.). Sebagaimana ditegaskan oleh Syekh Wahbah Zuhaili, ketetapan dalam empat mazhab menyatakan bahwa tidak ada kewajiban zakat atas harta penghasilan sampai harta tersebut mencapai nisab dan genap satu haul (Zuhaili, n.d.). Namun demikian, perkembangan ekonomi digital yang masif telah mendorong para ulama kontemporer untuk melakukan ijtihad dalam menetapkan status zakat atas penghasilan dari profesi-profesi baru ini (Bushiri, 2026).

Respons terhadap tantangan fiqh kontemporer ini diwujudkan melalui pengeluaran fatwa oleh lembaga-lembaga otoritatif di Indonesia. Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui Konsensus Fatwa Nomor 04/Ijtima Ulama/VIII/2024 yang diterbitkan pada awal Juli 2024 menetapkan secara resmi ketentuan zakat bagi YouTuber, selebgram, dan pelaku ekonomi kreatif digital lainnya (Kompas, 2024). Dalam fatwa tersebut, MUI menetapkan lima ketentuan pokok: pertama, objek usaha tidak bertentangan dengan ketentuan syariah; kedua, telah mencapai

nisab senilai 85 gram emas; ketiga, mencapai haul (satu tahun kepemilikan) dengan kelonggaran bahwa zakat dapat dikeluarkan pada saat menerima penghasilan sekalipun belum mencapai haul; keempat, jika belum mencapai nisab maka dikumpulkan selama satu tahun; dan kelima, kadar zakat sebesar 2,5 persen untuk tahun kamariah atau 2,57 persen untuk tahun syamsiyah ((Kompas, 2024). Fatwa ini juga menegaskan bahwa konten yang bertentangan dengan syariah seperti asusila, gibah, adu domba, fitnah, judi, dan penistaan agama tidak wajib dizakati karena penghasilannya dihukumi haram (Kompas, 2024).

Fatwa MUI ini mencerminkan responsivitas hukum Islam terhadap dinamika ekonomi digital yang semakin kompleks. Penelitian menunjukkan bahwa fatwa ini mengkategorikan penghasilan content creator sebagai *māl mustafād* dengan fleksibilitas pembayaran zakat saat menerima penghasilan tanpa menunggu haul penuh, yang mencerminkan prinsip *taysir* (kemudahan) dan *raf' al-haraj* (penghilangan kesulitan) sebagai fondasi normatif bagi adaptasi syariah dalam ekonomi digital (Madania, 2024). Hal ini sejalan dengan pendapat ulama kontemporer seperti Yusuf al-Qardhawi yang mewajibkan zakat atas pendapatan profesi berdasarkan keumuman firman Allah dalam QS. Al-Baqarah ayat 267: "Wahai orang-orang yang beriman, keluarkan zakat sebahagian daripada hasil usaha kamu yang baik-baik..." (al-Qardhawi, 2000) Pendapat ini juga diperkuat oleh Majelis Tarjih Muhammadiyah yang secara eksplisit menyatakan bahwa pendapatan content creator, yang bersumber dari keahlian dan kreativitas di platform digital, termasuk dalam kategori harta yang wajib dizakati (Majelis Tarjih Muhammadiyah., 2026) .

Selain MUI, Majelis Tarjih Muhammadiyah juga mengeluarkan fatwa serupa yang mewajibkan zakat atas penghasilan digital (Majelis Tarjih Muhammadiyah., 2026)) . Kesamaan pandangan antara dua lembaga fatwa terbesar di Indonesia ini menunjukkan adanya konsensus keilmuan bahwa penghasilan dari ekonomi kreatif digital adalah objek zakat yang sah dan wajib ditunaikan oleh para pelakunya (Bushiri, 2026).

Meskipun fatwa telah dikeluarkan, implementasi dan pemahaman terhadap kewajiban zakat ini di kalangan content creator dan influencer masih menghadapi berbagai tantangan. Penelitian Farid dan Manda (2024) mengungkapkan bahwa meskipun 60 persen content creator mengetahui kebijakan zakat MUI, hanya 35 persen yang memiliki pemahaman komprehensif tentang kewajiban spesifik mereka (Farid & Manda, 2024). Sebanyak 40 persen influencer menyebutkan kesulitan dalam memenuhi kewajiban zakat karena kurangnya panduan yang jelas untuk beragam sumber penghasilan mereka (Farid & Manda, 2024). Media sosial menjadi sumber informasi utama bagi 70 persen content creator, yang menyoroti peran kritisnya dalam menyebarluaskan konten

terkait zakat (Farid & Manda, 2024). Namun, kepatuhan tetap tidak konsisten, dengan berbagai hambatan seperti kurangnya pemahaman, masalah privasi, dan kurangnya transparansi dalam pelaporan zakat (Farid & Manda, 2024).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam kewajiban zakat profesi bagi content creator dan influencer Muslim dalam perspektif fiqh kontemporer, dengan mengkaji landasan syariat, ketentuan fatwa MUI dan Muhammadiyah, serta perbedaan pandangan ulama. Secara lebih spesifik, penelitian ini akan mengkaji: pertama, bagaimana status penghasilan content creator dalam kategori *al-mal al-mustafad* dan landasan kewajiban zakatnya; kedua, bagaimana ketentuan zakat menurut fatwa MUI dan Muhammadiyah serta responsivitasnya terhadap tantangan ekonomi digital; ketiga, bagaimana syarat kehalalan konten mempengaruhi kewajiban zakat; dan keempat, bagaimana praktik perhitungan zakat serta tantangan implementasinya di kalangan pelaku industri kreatif digital.

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis berupa pemetaan komprehensif tentang status fiqh zakat bagi profesi digital yang masih tergolong baru dalam khazanah hukum Islam. Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi panduan bagi para content creator dan influencer Muslim dalam memahami dan menunaikan kewajiban zakat mereka dengan benar. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan memberikan masukan bagi lembaga fatwa dan pengelola zakat dalam menyusun strategi sosialisasi dan edukasi yang lebih efektif kepada para pelaku industri kreatif digital (Musa, 2023).

Dengan semakin berkembangnya industri digital dan meningkatnya penghasilan dari platform seperti YouTube dan Instagram, zakat profesi dipandang sebagai instrumen penting dalam pemerataan ekonomi dan pengentasan kesenjangan sosial (Madania, 2024). Oleh karena itu, regulasi dan mekanisme zakat profesi perlu diperjelas agar sesuai dengan prinsip hukum Islam dan dapat diterapkan secara optimal di kalangan pelaku industri kreatif digital. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan deskriptif-analitis, mengumpulkan data dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, artikel, dan dokumen resmi yang relevan dengan tema zakat profesi dan monetisasi digital (Rahmadani et al., 2024)).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan kualitatif-deskriptif. Penelitian kepustakaan dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengkaji secara mendalam konsep dan ketentuan zakat profesi bagi content creator dan influencer Muslim berdasarkan literatur-literatur yang relevan (Rahmadani et al., 2024).

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis. Pertama, sumber data primer berupa Fatwa MUI Nomor 04/Ijtima Ulama/VIII/2024 tentang Zakat bagi Pelaku Ekonomi Kreatif Digital, serta Fatwa Majelis Tarjih Muhammadiyah terkait zakat penghasilan digital (Majelis Tarjih Muhammadiyah., 2026). Kedua, sumber data sekunder berupa kitab-kitab fiqh klasik seperti Fiqh al-Zakat karya Yusuf al-Qardhawi (2000) dan Fiqhul Islami Wa Adillatuhu karya Wahbah Zuhaili (n.d), serta jurnal-jurnal ilmiah, artikel dari situs terpercaya seperti NU Online dan Baitul Mal Aceh, serta dokumen resmi lainnya yang relevan dengan tema penelitian (Bushiri, 2026).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode dokumentasi, yaitu mengumpulkan dan menelaah dokumen-dokumen yang relevan dengan topik zakat profesi dan monetisasi digital. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) dengan pendekatan deskriptif-analitis. Analisis dilakukan dengan mengkaji fatwa dan literatur secara mendalam, kemudian menginterpretasikan dan mensintesis temuan untuk menarik kesimpulan tentang kewajiban zakat bagi content creator dan influencer Muslim (Rahmadani et al., 2024).

Penelitian ini tidak terikat pada waktu dan lokasi tertentu karena bersifat kepustakaan, namun data yang digunakan merupakan data terkini yang relevan dengan perkembangan ekonomi digital di Indonesia hingga tahun 2026.

HASIL

Berdasarkan penelitian kepustakaan yang dilakukan, ditemukan beberapa hasil penting terkait kewajiban zakat bagi content creator dan influencer Muslim.

Pertama, fatwa MUI Nomor 04/Ijtima Ulama/VIII/2024 menetapkan lima ketentuan pokok zakat bagi pelaku ekonomi kreatif digital: (1) objek usaha tidak bertentangan dengan syariah; (2) penghasilan telah mencapai nisab senilai 85 gram emas; (3) mencapai haul dengan kelonggaran pembayaran zakat saat menerima penghasilan; (4) jika belum mencapai nisab, dikumpulkan selama satu tahun; dan (5) kadar zakat sebesar 2,5 persen (Kompas, 2024). Fatwa ini juga menegaskan bahwa konten yang bertentangan dengan syariah seperti asusila, gibah, adu domba, fitnah, judi, dan penistaan agamam tidak wajib dizakati karena penghasilannya dihukumi haram (Kompas, 2024).

Untuk memudahkan pemahaman, berikut ringkasan ketentuan zakat bagi content creator dan influencer Muslim:

Tabel 1. Ringkasan Ketentuan Zakat Content creator dan Influencer Muslim

Ketentuan	Detail
Dasar Hukum	Fatwa MUI No. 04/Ijtima Ulama/VIII/2024; Fatwa Majelis Tarjih Muhammadiyah (2026)
Kategori Harta	<i>Al-mal al-mustafad</i> (harta hasil usaha/profesi)
Syarat Wajib	Mencapai nisab 85 gram emas; kepemilikan penuh; sumber halal
Kadar Harta	2,5% (tahun kamariah) atau 2,57% (tahun syamsiyah)
Kelonggaran	Zakat boleh dikeluarkan saat menerima penghasilan (tanpa menunggu haul)
Pengecualian	Konten haram (asusila, gibah, fitnah, judi, dll.) maka penghasilan haram, tidak wajib zakat
Sumber Penghasilan	AdSense, endorsement, sponsorship, donasi/gift, fitur berlangganan

Sumber: Diolah dari Kompas (2024); Majelis Tarjih Muhammadiyah (2026); Rahmadani, Musa, & Jalil (2024)

Kedua, Majelis Tarjih Muhammadiyah melalui fatwanya mendefinisikan zakat penghasilan digital sebagai zakat yang dikenakan atas imbalan materi atau keuntungan finansial yang diperoleh melalui keahlian, jasa, atau kreativitas di platform digital. Pendapatan ini dikategorikan sebagai *al-mal al-mustafad*, yaitu harta yang diperoleh dari hasil usaha atau profesi (Majelis Tarjih Muhammadiyah., 2026). Penghasilan content creator dapat berasal dari berbagai sumber seperti AdSense, sponsorship, endorsement, dan apresiasi pemirsa (gift) yang diterima dari platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram (Majelis Tarjih Muhammadiyah., 2026) .

Ketiga, penelitian (Rahmadani et al., 2024) mengungkapkan bahwa penghasilan YouTuber dan Selebgram termasuk dalam kategori *al-mal al-mustafad* yang wajib dizakati apabila telah mencapai nisab dan memenuhi ketentuan syariat. Dalil yang mendasari kewajiban ini adalah keumuman QS. Al-Baqarah: 267 dan QS. At-Taubah: 103 yang menunjukkan kewajiban mengeluarkan zakat dari harta hasil usaha (Rahmadani et al., 2024)). Penelitian ini juga mencatat bahwa sumber penghasilan content creator sangat beragam, meliputi AdSense, endorse, donasi

live streaming, hadiah video, dan fitur berlangganan, dengan nilai pendapatan yang dapat mencapai miliaran rupiah per bulan (Rahmadani et al., 2024)).

Keempat, studi Farid dan Manda (2024) menemukan bahwa tingkat pemahaman dan kepatuhan content creator terhadap kewajiban zakat masih rendah. Meskipun 60 persen content creator mengetahui kebijakan zakat MUI, hanya 35 persen yang memiliki pemahaman komprehensif tentang kewajiban spesifik mereka. Sebanyak 40 persen influencer menyebutkan kesulitan dalam memenuhi kewajiban zakat karena kurangnya panduan yang jelas untuk beragam sumber penghasilan, sementara media sosial menjadi sumber informasi utama bagi 70 persen content creator (Farid & Manda, 2024).

Kelima, terdapat perbedaan pendapat di kalangan ulama mengenai kewajiban zakat profesi. Pendapat yang mewajibkan didasarkan pada keumuman dalil Al-Quran dan pendapat sahabat seperti Ibnu Abbas, Ibnu Masud, dan Mu'awiyah, serta tabiin seperti Az-Zuhri dan Al-Hasan Al-Bashri (Majelis Tarjih Muhammadiyah., 2026) . Sementara itu, pendapat yang tidak mewajibkan berargumen bahwa tidak ada dalil spesifik dari Rasulullah SAW yang memungut zakat dari pendapatan profesi, dan hadis tentang al-mal al-mustafad berstatus *mauquf* sehingga tidak bisa dijadikan hujah mutlak (Majelis Tarjih Muhammadiyah., 2026) .

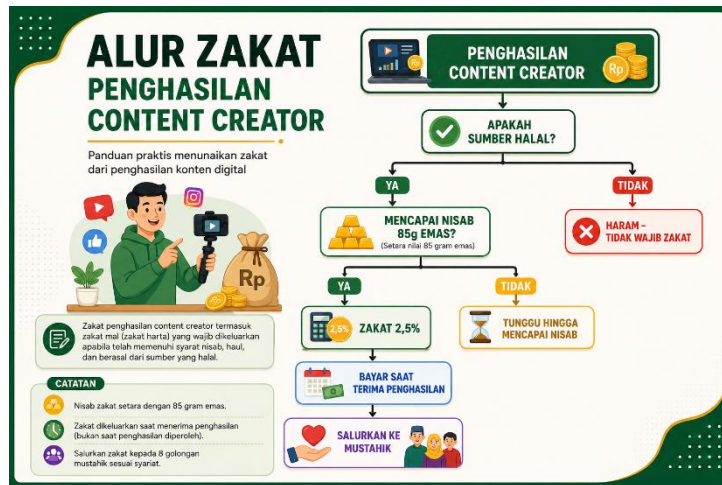
Berikut perbandingan pendapat ulama mengenai zakat profesi yang dapat memperkaya pemahaman tentang dinamika ijtihad dalam zakat penghasilan digital:

Tabel 2. Perbandingan Pendapat Ulama tentang Zakat Profesi

Aspek	Pendapat yang Mewajibkan	Pendapat yang Tidak Mewajibkan
Landasan Dalil	Keumuman QS. Al-Baqarah: 267 dan QS. At-Taubah: 103	Tidak ada dalil spesifik dari Nabi SAW
Pendukung	Ibnu Abbas, Ibnu Masud, Mu'awiyah, Az-Zuhri, Al-Hasan Al-Bashri, Yusuf al-Qardhawi	Ulama klasik empat mazhab (Hanafi, Maliki, Syafi'i, Hanbali)
Status Hadis	Hadis tentang al-mal al-mustafad dianggap kuat	Hadis tentang al-mal al-mustafad berstatus <i>mauquf</i> (hanya sampai sahabat)
Metode Ijtihad	Qiyas dengan zakat pertanian dan perdagangan	Berpegang pada ketiadaan dalil spesifik
Praktik Kontemporer	Diadopsi oleh MUI dan Muhammadiyah dalam fatwa	Masih menjadi perdebatan di kalangan ulama konservatif

Sumber: Diolah dari Majelis Tarjih Muhammadiyah (2026); Zuhaili (n.d.); al-Qardhawi (2000)

Untuk memperjelas alur kewajiban zakat bagi content creator, berikut disajikan diagram alur perhitungan zakat yang dapat memudahkan para pelaku industri kreatif digital dalam memahami tahapan yang harus dilalui:



Sumber: Diolah dari Kompas (2024); Farid & Manda (2024)

Gambar 1. Alur Perhitungan Zakat Content creator dan Influencer Muslim

PEMBAHASAN

Perkembangan pesat ekonomi digital telah melahirkan profesi baru yang tidak dikenal pada masa klasik, salah satunya adalah content creator dan influencer. Para pelaku profesi ini memperoleh penghasilan dari berbagai sumber seperti AdSense, endorsement, sponsorship, donasi live streaming, hadiah video, dan fitur berlangganan di platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram (Rahmadani et al., 2024). Dalam perspektif fiqh kontemporer, penghasilan yang diperoleh dari aktivitas digital ini dikategorikan sebagai *al-mal al-mustafad*, yaitu harta yang diperoleh melalui usaha atau profesi tertentu yang menghasilkan nilai ekonomi nyata (Majelis Tarjih Muhammadiyah., 2026). Secara terminologi, *al-mal al-mustafad* merujuk pada harta yang diperoleh dari hasil kerja, jasa, atau keahlian seseorang, baik yang bersifat tetap maupun tidak tetap. Kategorisasi ini penting karena menjadi dasar bagi penetapan kewajiban zakat atas penghasilan para pelaku industri kreatif digital.

Landasan syariah bagi kewajiban zakat atas *al-mal al-mustafad* sangat kuat. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat 267: "Wahai orang-orang yang beriman, keluarkan zakat sebahagian daripada hasil usaha kamu yang baik-baik..." Ayat ini bersifat umum dan mencakup seluruh jenis hasil usaha, termasuk yang

diperoleh dari aktivitas digital (Rahmadani et al., 2024). Demikian pula dalam QS. At-Taubah ayat 103 yang memerintahkan Rasulullah untuk mengambil zakat dari harta-harta kaum Muslimin sebagai pembersihan dan pemberkahan. Ulama kontemporer seperti Yusuf al-Qardhawi dalam kitab *Fiqh al-Zakat* menegaskan bahwa pekerjaan manusia baik yang terikat dengan jabatan maupun yang bebas seperti dokter, insinyur, pengacara, dan tukang menghasilkan pendapatan yang disebut *al-mal al-mustafad* dan wajib dizakatkan (al-Qardhawi, 2000). Pendapat ini juga diperkuat oleh Majelis Tarjih Muhammadiyah yang secara eksplisit menyatakan bahwa pendapatan content creator, yang bersumber dari keahlian dan kreativitas di platform digital, termasuk dalam kategori harta yang wajib dizakati (Majelis Tarjih Muhammadiyah., 2026) .

Meskipun profesi ini tidak dikenal pada masa Rasulullah SAW, para ulama menggunakan metode ijtihad dan qiyas untuk menetapkan status hukumnya. Prinsip keumuman ayat Al-Quran menjadi pijakan utama bahwa setiap harta yang tumbuh dan berkembang termasuk penghasilan dari profesi digital memiliki kewajiban zakat di dalamnya. Dengan demikian, secara tegas dapat disimpulkan bahwa penghasilan content creator dan influencer Muslim termasuk dalam kategori *al-mal al-mustafad* yang wajib dizakati ketika telah memenuhi syarat-syarat yang ditentukan. Kategorisasi ini juga mendapat pengakuan dari berbagai lembaga fatwa di Indonesia, termasuk MUI dan Muhammadiyah, yang telah merespons isu ini dengan fatwa-fatwa progresif yang mengakomodasi perkembangan zaman.

Pembahasan tentang zakat profesi di Indonesia telah berkembang seiring dengan dinamika ekonomi modern. Hafidhuddin (2023) menjelaskan bahwa zakat profesi merupakan salah satu bentuk pengembangan hukum Islam yang responsif terhadap kebutuhan zaman, di mana potensi zakat dari sektor profesi dan jasa sangat besar namun sering kali belum tergarap secara optimal. Qaradawi (2021) dalam terjemahan kitab *Hukum Zakat* juga menegaskan bahwa pintu ijtihad dalam zakat tetap terbuka selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar syariah.

Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui Konsensus Fatwa Nomor 04/Ijtima Ulama/VIII/2024 telah menetapkan secara resmi ketentuan zakat bagi YouTuber, selebgram, dan pelaku ekonomi kreatif digital (Kompas, 2024). Fatwa ini menjadi tonggak penting dalam merespons perkembangan ekonomi digital yang semakin masif di Indonesia. Dalam fatwa tersebut, MUI menetapkan lima ketentuan pokok. Pertama, objek usaha tidak boleh bertentangan dengan ketentuan syariah, artinya konten yang dihasilkan harus halal dan tidak mengandung unsur maksiat. Kedua, penghasilan telah mencapai nisab, yaitu senilai 85 gram emas. Jika harga emas saat ini sekitar Rp 2.566.000 per gram, maka nisabnya setara dengan Rp 218.110.000 per tahun. Ketiga, penghasilan telah

mencapai haul (satu tahun kepemilikan), namun fatwa memberikan kelonggaran bahwa zakat dapat dikeluarkan pada saat menerima penghasilan sekalipun belum mencapai haul. Keempat, jika penghasilan belum mencapai nisab, maka dikumpulkan selama satu tahun lalu dikeluarkan zakatnya. Kelima, kadar zakat yang harus dikeluarkan adalah 2,5% untuk tahun kamariah atau 2,57% untuk tahun syamsiyah (Kompas, 2024).

Fatwa MUI ini mencerminkan responsivitas hukum Islam terhadap dinamika ekonomi digital. Penetapan nisab yang disamakan dengan emas menunjukkan bahwa penghasilan content creator yang nilainya bisa mencapai miliaran rupiah per bulan telah memenuhi syarat wajib zakat (Farid & Manda, 2024). Kelonggaran pembayaran zakat setiap kali menerima penghasilan (tanpa menunggu haul) merupakan bentuk *taysir* (kemudahan) dan *raf' al-haraj* (penghilangan kesulitan) bagi para pelaku industri kreatif yang pendapatannya bersifat fluktuatif (Farid & Manda, 2024). Hal ini sejalan dengan prinsip fiqh yang menekankan bahwa hukum Islam hadir untuk membawa kemudahan, bukan kesulitan.

Selain MUI, Majelis Tarjih Muhammadiyah juga mengeluarkan fatwa serupa yang mewajibkan zakat atas penghasilan digital (Majelis Tarjih Muhammadiyah., 2026). Kesamaan pandangan antara dua lembaga fatwa terbesar di Indonesia ini menunjukkan adanya konsensus keilmuan bahwa penghasilan dari ekonomi kreatif digital adalah objek zakat yang sah. Namun demikian, penelitian Farid dan Manda (2024) mengungkapkan bahwa meskipun 60% content creator mengetahui kebijakan zakat MUI, hanya 35% yang memiliki pemahaman komprehensif tentang kewajiban spesifik mereka. Sebanyak 40% influencer menyebutkan kesulitan dalam memenuhi kewajiban zakat karena kurangnya panduan yang jelas untuk beragam sumber penghasilan (Farid & Manda, 2024). Temuan ini menunjukkan bahwa fatwa yang telah dikeluarkan perlu diikuti dengan sosialisasi yang masif dan panduan praktis yang mudah dipahami.

Tantangan implementasi zakat di kalangan content creator juga perlu dikaji lebih lanjut. Supriyadi (2023) mengungkapkan bahwa zakat profesi di era ekonomi kreatif menghadapi tiga tantangan utama: pertama, kurangnya pemahaman masyarakat tentang kewajiban zakat profesi; kedua, ketiadaan lembaga pengelola zakat yang terintegrasi dengan platform digital; dan ketiga, rendahnya transparansi pelaporan penghasilan dari para pelaku industri kreatif. Mawardi (2024) dalam analisisnya terhadap Fatwa MUI No. 04/2024 menambahkan bahwa fatwa tersebut merupakan langkah progresif yang perlu didukung dengan mekanisme perhitungan yang sederhana dan aplikatif bagi para content creator.

Salah satu aspek paling krusial dalam fatwa MUI tentang zakat bagi content creator adalah syarat bahwa objek usaha tidak boleh bertentangan dengan ketentuan syariah (Kompas, 2024). Ketentuan ini menempatkan aspek halal sebagai fondasi utama yang menentukan sah atau tidaknya kewajiban zakat. MUI secara tegas menyatakan bahwa konten yang ditetapkan sebagai tidak wajib dizakati adalah konten yang bertentangan dengan ketentuan syariah, seperti konten yang mengandung asusila, gibah (menggunjing), adu domba, fitnah, judi, dan penistaan agama (Kompas, 2024). Jika seorang content creator menghasilkan uang dari konten-konten semacam ini, maka penghasilannya diharamkan dan gugur kewajiban zakatnya. Lebih lanjut, harta tersebut wajib ditinggalkan dan disalurkan untuk kepentingan sosial sebagai bentuk tobat, bukan sebagai zakat yang bernilai ibadah.

Implikasi dari ketentuan ini sangat besar bagi para pelaku industri kreatif digital. Seorang Muslim yang bekerja sebagai content creator tidak hanya dituntut untuk memperhatikan aspek finansial dan popularitas, tetapi juga harus memastikan bahwa konten yang dihasilkan sejalan dengan nilai-nilai Islam. Konsep halal dalam konteks ini tidak hanya terbatas pada materi atau produk yang dipromosikan, tetapi juga mencakup pesan, narasi, dan dampak sosial dari konten tersebut. Sebagaimana ditegaskan dalam penelitian (Rahmadani et al., 2024), fatwa MUI menegaskan bahwa objek usaha yang bertentangan dengan syariah menjadi penghalang utama bagi kewajiban zakat, dan jika konten melanggar syariat, penghasilan diharamkan serta tidak wajib dizakati. Hal ini juga sejalan dengan konsep dalam al-Mausu'ah al-Fiqiyah al-Kuwaitiyah yang menyatakan bahwa harta haram tidak bisa dimiliki secara sah, sehingga tidak ada kewajiban zakat atasnya (Kementerian Wakaf Kuwait., 1998).

Ketentuan ini juga membuka ruang diskusi yang lebih luas tentang tanggung jawab moral dan spiritual para content creator Muslim. Di satu sisi, profesi ini menawarkan potensi penghasilan yang sangat besar, tetapi di sisi lain, ada tanggung jawab untuk memastikan bahwa setiap rupiah yang diperoleh berasal dari sumber yang halal dan membawa manfaat bagi masyarakat. Sebagaimana ditegaskan oleh Majelis Tarjih Muhammadiyah (2026), zakat adalah ibadah yang mensyaratkan kehalalan harta, sehingga jika sumber penghasilan haram, maka gugurlah kewajiban zakat dan harta tersebut harus dijauhkan. Dengan demikian, syarat konten halal bukan sekadar formalitas, melainkan cerminan dari komitmen seorang Muslim untuk menjalankan profesinya dalam koridor syariah yang benar.

Dalam kajian fiqh zakat profesi, terdapat perbedaan pandangan yang signifikan di kalangan ulama terkait kewajiban zakat atas penghasilan, termasuk penghasilan content creator dan influencer. Perbedaan ini berakar pada ada

tidaknya dalil spesifik yang mewajibkan zakat atas pendapatan profesi di masa klasik. Di satu sisi, terdapat pendapat yang mewajibkan zakat atas penghasilan profesi berdasarkan keumuman dalil Al-Quran, seperti QS. Al-Baqarah: 267 dan QS. At-Taubah: 103, serta pendapat sahabat seperti Ibnu Abbas, Ibnu Masud, dan Mu'awiyah, serta tabi'in seperti Az-Zuhri dan Al-Hasan Al-Bashri yang mendukung kewajiban ini (Majelis Tarjih Muhammadiyah., 2026). Mereka berargumen bahwa keumuman ayat mencakup segala bentuk hasil usaha, termasuk yang diperoleh dari profesi dan keahlian. Pendapat ini kemudian diadopsi oleh ulama kontemporer seperti Yusuf al-Qardhawi yang secara tegas mewajibkan zakat profesi (al-Qardhawi, 2000).

Di sisi lain, terdapat pendapat yang tidak mewajibkan atau setidaknya masih menganggap zakat profesi sebagai hal yang kontroversial. Para ulama terdahulu tidak pernah membahas zakat pendapatan secara spesifik dalam kitab-kitab fiqh klasik. Tidak ada dalil khusus dari Rasulullah SAW yang memungut zakat dari pendapatan profesi secara langsung (Majelis Tarjih Muhammadiyah., 2026). Hadis tentang al-mal al-mustafad yang menjadi landasan utama pendapat yang mewajibkan ternyata berstatus *mauquf* yaitu hanya sampai pada perkataan sahabat, tidak sampai kepada Nabi SAW sehingga menurut sebagian ulama tidak bisa dijadikan hujah mutlak dalam penetapan hukum. Namun demikian, fatwa MUI dan Muhammadiyah yang memilih pendapat yang mewajibkan menunjukkan bahwa ijtihad kontemporer lebih memilih kemaslahatan umat dengan tetap berpegang pada prinsip keumuman dalil (Farid & Manda, 2024).

Dalam praktik perhitungan zakat, para ulama juga berbeda pendapat mengenai metode yang digunakan. Terdapat tiga metode utama dalam perhitungan zakat penghasilan. Pertama, zakat dari penghasilan bruto (kotor), yaitu zakat dibayar 2,5% dari seluruh penghasilan sebelum dikurangi kebutuhan apapun. Kedua, zakat dari penghasilan netto (bersih), yaitu zakat dikeluarkan setelah dikurangi kebutuhan pokok sehari-hari (*had al-kifayah*). Jika setelah dikurangi kebutuhan pokok masih mencapai nisab, zakat wajib dikeluarkan. Ketiga, zakat setelah pengurangan biaya operasional, yaitu biaya kerja (seperti transportasi dan konsumsi) dikurangi terlebih dahulu, baru zakat dihitung dari sisanya metode ini dianalogikan dengan zakat pertanian yang memperhitungkan biaya pengelolaan (Baitul Mal Aceh, 2023). Fatwa MUI cenderung memilih metode yang paling mudah, yaitu membolehkan pembayaran zakat per penerimaan penghasilan, dengan tetap memperhatikan ketentuan nisab dan kadar zakat yang berlaku (Kompas, 2024).

Aspek literasi zakat juga menjadi perhatian penting dalam upaya meningkatkan kepatuhan para content creator. Nurhayati (2025) dalam penelitiannya tentang literasi zakat di kalangan Generasi Z menemukan bahwa tingkat pemahaman Generasi Z terhadap zakat profesi masih rendah, dengan

hanya 28 persen responden yang memahami mekanisme perhitungan zakat yang benar. Penelitian ini merekomendasikan penggunaan media sosial dan platform digital sebagai sarana edukasi zakat yang efektif bagi Generasi Z, mengingat 92 persen dari mereka mengakses informasi melalui platform digital setiap hari (Nurhayati, 2025).

PENUTUP

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa penghasilan yang diperoleh content creator dan influencer Muslim dari platform digital termasuk dalam kategori *al-mal al-mustafad*, yaitu harta yang diperoleh dari hasil usaha atau pekerjaan, sehingga wajib dizakati dalam perspektif fiqh kontemporer (Rahmadani et al., 2024). Fatwa MUI Nomor 04/Ijtima Ulama/VIII/2024 dan fatwa Majelis Tarjih Muhammadiyah secara tegas menetapkan kewajiban zakat bagi pelaku ekonomi kreatif digital dengan ketentuan mencapai nisab 85 gram emas, kadar 2,5 persen, serta kelonggaran pembayaran zakat setiap kali menerima penghasilan (Majelis Tarjih Muhammadiyah., 2026) Syarat mutlak keabsahan zakat adalah sumber penghasilan yang halal, sehingga konten yang mengandung unsur maksiat seperti asusila, gibah, adu domba, fitnah, dan judi menjadikan penghasilan haram dan menggugurkan kewajiban zakat (Kompas, 2024).

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan praktis bagi para content creator dan influencer Muslim dalam memahami dan menunaikan kewajiban zakat profesi mereka dengan benar. Bagi lembaga fatwa dan pengelola zakat, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dalam menyusun strategi sosialisasi dan edukasi yang lebih efektif kepada para pelaku industri kreatif digital (Farid & Manda, 2024). Untuk penelitian selanjutnya, disarankan mengkaji secara empiris tingkat kepatuhan content creator terhadap kewajiban zakat serta efektivitas sosialisasi fatwa di kalangan pelaku industri kreatif digital. Selain itu, penelitian tentang mekanisme perhitungan zakat yang paling sesuai dengan karakteristik penghasilan digital yang fluktuatif juga perlu dilakukan untuk memberikan kemudahan bagi para muzakki di era ekonomi digital (Musa, 2023).

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Bukhari, M. I. (n.d.). *Shahih al-Bukhari*. Dar al-Fikr.
- al-Qardhawi, Y. (2000). *Fiqh al-Zakat*. Muassasah al-Risalah.
- APJII. (2025). *Survei Penetrasi Internet Indonesia 2025*.
- Baitul Mal Aceh. (2023). *Panduan Perhitungan Zakat Penghasilan*.

- Bushiri. (2026). *Apakah Konten Kreator Wajib Zakat dari Penghasilannya?* .
- Departemen Agama RI. (2019). *Al-Quran dan Terjemahnya*. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran.
- Farid, & Manda. (2024). Public Communication and Policy Implementation: A Case Study on MUI's Zakat Policy for YouTubers and Instagram Influencers. *El-Hekam: Jurnal Studi Keislaman*, 9(2), 193–203.
- Hafidhuddin, D. (2023). *Zakat dalam Ekonomi Modern*. Gema Insani.
- Kementerian Wakaf Kuwait. (1998). *Al-Mausu'ah al-Fiqiyah al-Kuwaitiyah (Vol. 23)*. Dar al-Salasil.
- Kompas. (2024, July 30). *MUI Keluarkan Fatwa soal Zakat YouTuber hingga Selebgram*.
- Madania. (2024). From Content to Obligation: Juridical Transformation of Digital Content creators as Zakat Payers. *Madania*, 28(2).
- Majelis Tarjih Muhammadiyah. (2026). *Fatwa Zakat Penghasilan Digital*. PP Muhammadiyah.
- Mawardi, A. (2024). Zakat bagi Selebgram: Analisis Fatwa MUI No. 04/2024. *Jurnal Hukum Islam*, 22(1), 89–104.
- Musa, A. (2023). *Penghasilan Habis untuk Bayar Kredit, Masih Wajib Zakat?*
- Muslim, I. H. (n.d.). *Shahib Muslim*. Dar al-Fikr.
- Nurhayati, E. (2025). Literasi Zakat di Kalangan Generasi Z: Studi pada Content creator Muslim. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10(1), 45–62.
- Qaradawi, Y. (2021). *Hukum Zakat (Terjemahan)*. Pustaka Litera AntarNusa.
- Rahmadani, Musa, & Jalil. (2024). Zakat Profesi bagi YouTuber dan Selebgram dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Ilmiah Al-Mu'ashirah*, 21(2), 145–158.
- Supriyadi, D. (2023). Tantangan dan Peluang Zakat Profesi di Era Ekonomi Kreatif. *Jurnal Bimas Islam*, 215–232.
- Zuhaili, W. (n.d.). *Fiqhul Islami Wa Adillatuhu (Jilid III)*. Darul Fikr.