

ZAKAT PROFESI BAGI *CONTENT CREATOR ENDORSE*
PLATFORM TIKTOK
(PERSPEKTIF YUSUF QARDHAWI DAN PMA NOMOR 31 TAHUN 2019)



SKRIPSI

**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU
DALAM ILMU HUKUM ISLAM**

OLEH:

NAFI'AH NUR ISNAINI

18103080012

PEMBIMBING:

Dr. ZUSIANA ELLY TRIANTINI, S.H.I., M.SI.

PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

2025

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai kewajiban zakat profesi bagi *content creator* yang memperoleh pendapatan dari *endorsement* di platform TikTok. Dalam konteks ekonomi digital, profesi *content creator* semakin berkembang dan menjadi sumber penghasilan utama bagi sebagian masyarakat. Namun, kesadaran akan kewajiban zakat atas penghasilan dari profesi tersebut masih tergolong rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ketentuan zakat profesi bagi *content creator* TikTok menurut perspektif Yusuf Qardhawi dan Peraturan Menteri Agama (PMA) Nomor 31 Tahun 2019.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan normatif dan studi lapangan. Data diperoleh melalui studi pustaka terhadap literatur fikih kontemporer dan regulasi zakat, serta wawancara dengan beberapa *content creator* aktif di TikTok. Analisis dilakukan dengan menelaah kesesuaian praktik *content creator* dengan kriteria wajib zakat menurut dua perspektif tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penghasilan dari *endorsement* dapat dikategorikan sebagai mal mustafad yang wajib dizakati jika telah memenuhi nishab dan haul. Yusuf Qardhawi memandang zakat profesi dapat ditunaikan saat menerima pendapatan tanpa menunggu haul, sedangkan PMA Nomor 31 Tahun 2019 memberikan pedoman administratif terkait zakat profesi. Namun, tingkat pemahaman *content creator* terhadap zakat profesi masih rendah, sehingga diperlukan adanya pembaharuan terhadap regulasi yang mengatur mengenai zakat profesi khususnya bagi profesi digital.

Kata Kunci: Zakat Profesi, *Content Creator*, TikTok, Yusuf Qardhawi, PMA Nomor 31 Tahun 2019

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

This study discusses the obligation of professional zakat for content creators who earn revenue through endorsements on the TikTok platform. In the digital economy era, the content creator profession has increasingly become a primary source of income for many. However, awareness regarding the obligation to pay zakat on such income remains relatively low. This research aims to explore the zakat provisions for TikTok content creators from the perspectives of Yusuf Qardhawi and the Regulation of the Minister of Religious Affairs (PMA) Number 31 of 2019.

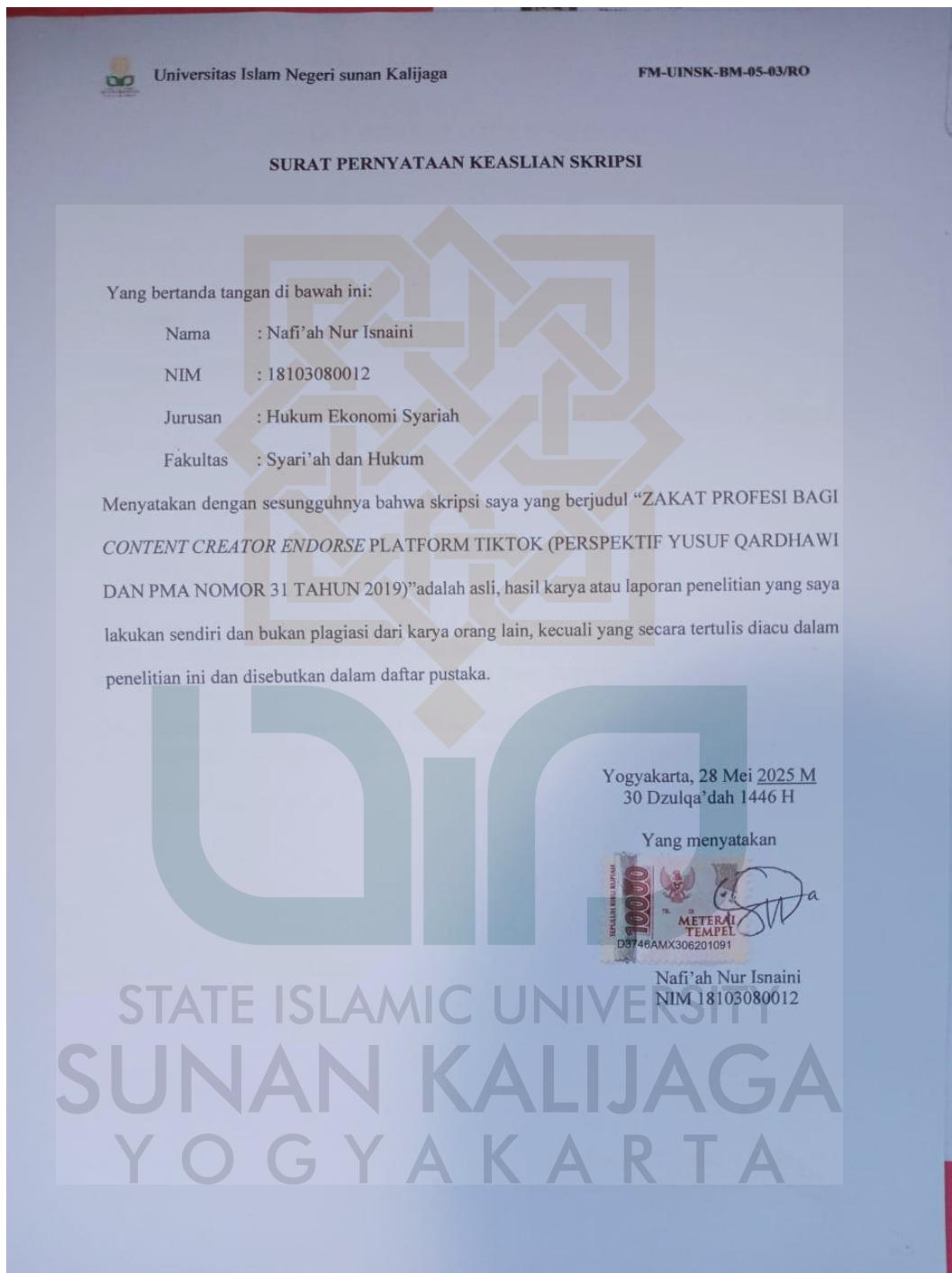
This research employs a qualitative method with a normative and field study approach. Data were obtained through literature review of contemporary Islamic jurisprudence and zakat regulations, as well as interviews with active TikTok content creators. The analysis examines the compatibility of content creator practices with the zakat obligations according to both perspectives.

The findings indicate that income from endorsements qualifies as mal mustafad, which is subject to zakat if it meets the nishab and haul thresholds. Yusuf Qardhawi suggests that zakat should be paid upon receiving income without waiting for haul, while PMA Number 31 of 2019 provides administrative guidelines on professional zakat. However, content creators' understanding of income zakat remains limited, so it is necessary to update the regulations governing professional zakat, especially for digital professions.

Keywords: Professional Zakat, Content Creator, TikTok, Yusuf Qardhawi, PMA Number 31 of 2019

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



Universitas Islam Negeri sunan Kalijaga

FM-UINSK-BM-05-03/RO

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi Saudari Nafi'ah Nur Isnaini

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Nafi'ah Nur Isnaini
NIM : 18103080012
Judul : "Zakat Profesi Bagi Content Creator Endorse Platform TikTok (Perspektif Yusuf Qardhawi dan PMA Nomor 31 Tahun 2019)"

Sudah dapat diajukan kepada Prodi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Hukum.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi atau tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 28 Mei 2025 M
30 Dzulqa'dah 1446 H

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
(Zusiana Elly Triantini, S.H.I., M.SI.)
NIP. 19820314 200912 2 003

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SYARTAH DAN HUKUM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512840 Fax. (0274) 545614 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-770/U.n.02/DS/PP.00.9/07/2025

Tugas Akhir dengan judul : **ZAKAT PROFESI RAGI CONTENT CREATOR ENDORSE PLATFORM TIKTOK (PERSPEKTIF YUSUF QARADHAWI DAN PMA NOMOR 31 TAHUN 2019)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : NAFTAH NUR ISNAINI
Nomor Induk Mahasiswa : 18103080012
Telah dinilai pada : Kamis, 05 Juni 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syar'iah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



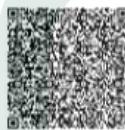
Ketua Sidang
Dr. Zusiana Elly Triantini, S.H.I., M.S.I.
SIGNED

Valid ID: 6866aae980fc3



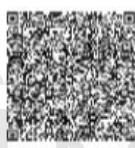
Pengaji I
Muhammad Ulul Albab Musaffa, Lc., M.H.
SIGNED

Valid ID: 6865cc3ba3d6f



Pengaji II
Dr. Diky Faqih Maulana, S.H., M.H.
SIGNED

ValidID: 6865405d09da0



Yogyakarta, 05 Juni 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Syar'iah dan Hukum

Prof. Dr. Ali Sadiqin, M.Ag.

SIGNED

ValidID: 68647613579f55

MOTTO

وَأَنْفَقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيهِمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

“Berinfaklah di jalan Allah, janganlah jerumuskan dirimu kedalam kebinasaan, dan berbuat baiklah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.”

(Al-Baqarah [2]:195)



HALAMAN PERSEMPAHAN

Sujud Syukur ku panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dalam proses menyelesaikan tugas akhir skripsi saya. Segala Syukur kuucapkan kepadaMu karena telah menghadirkan orang-orang yang peduli di sekitar saya untuk memberi semangat dan doa, sehingga skripsi saya ini bisa diselesaikan dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

Kedua orangtua saya yang telah memberikan banyak pelajaran dan pengalaman terbaik dalam hidup saya

Para dosen dan guru-guru yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada saya

Keluarga dan saudara saya yang selalu mengingatkan saya untuk selalu berbuat kebaikan

Dan semua sahabat-sahabat dan teman-teman yang selalu menemani dan mensupport saya

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

Hidup adalah perjuangan, maka berjuanglah untuk menikmati hidup.

Semoga karya ini menjadi tanda bahwa segalanya akan terasa indah jika kita mau berjuang

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi adalah kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini yang mana berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	Be
ت	Tā'	t	Te
ث	Šā'	š	Es (dengan titik di bawah)
ج	Jīm	j	Je
ه	Hā'	h	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	Ka dan Ha
د	Dal	d	De
ذ	Žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	Er
ز	Zai	z	Zet
س	Sīn	s	Es
ش	Syīn	sy	Es dan Ye
ص	Šād	š	Es (dengan titik di bawah)

ض	Dād	d	De (dengan titik di bawah)
ط	Tā'	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ayn	... ' ...	koma terbalik di atas
غ	Gayn	g	Ge
ف	Fā'	f	Ef
ق	Qāf	q	Qi
ك	Kāf	k	Ka
ل	Lām	l	El
م	Mīm	m	Em
ن	Nūn	n	En
و	Waw	w	We
ه	Hā'	h	Ha
ء	Hamzah	... ' ...	Apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena *Syiddah* ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta 'addidah</i>
عَدَّة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Ta' marbūtah* di Akhir Kata

- a. Bila dimatikan ditulis h:

حَكْمَةٌ	Ditulis	<i>Hikmah</i>
جِزِيَّةٌ	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak di perlukan bagi kata-kata Arab yang sudah diserap dalam Bahasa Indonesia, seperti salat, zakat, dan sebagainya kecuali bila dikehendaki *lafaz* aslinya)

- b. Bila diikuti dengan kata sandang ‘al’ serta bacaan kedua itu terpisah maka ditulis ‘h’

كَرَامَةُ الْأُولَاءِ	Ditulis	<i>Karāmah al-auliya'</i>
-----------------------	---------	---------------------------

- c. Bila ta' marbūtah hidup atau dengan harakat fathah, kasrah, dammah ditulis h

زَكَاةُ الْفِطْرِ	Ditulis	<i>Zakātul fitri</i>
-------------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

	Fathah	Ditulis	<i>A</i>
	Kasrah	Ditulis	<i>I</i>
	Dammah	Ditulis	<i>U</i>

E. Vocal Panjang

Faṭḥah + alif	جاهلية	Ditulis	Ā : <i>Jāhiliyah</i>
Faṭḥah + ya' mati	تنسى	Ditulis	Ā : <i>Tansā</i>
Kasrah + ya' mati	كريم	Ditulis	Ī : <i>Karīm</i>
Dammah + wawu mati	فروض	Ditulis	Ū : <i>Furūḍ</i>

F. Vokal Rangkap

Fathah ya' mati	بِينَكُمْ	Ditulis	Ai : “Bainakum”
Fathah wawu mati	قُول	Ditulis	Au : “Qaul”

G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>A'antum</i>
أَعْدَتْ	Ditulis	<i>U'iddat</i>
لَنْشَكْرَتْم	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif+Lam

- a. Bila diikuti huruf *Qomariyyah* ditulis dengan menggunakan ‘l’

القرآن	Ditulis	<i>Al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyās</i>

- b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf l (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

I. Penelitian kata dalam rangkaian kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>żawi al-furuḍ</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

J. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

- Kosa kata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya: Al-Qur'an, hadis, mazhab, syariat, lafaz.
- Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku Al-Hijab.
- Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tetapi berasal dari negara yang menggunakan huruf latin, misalnya Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh.
- Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Toko Hidayah, Mizan.
- Transliterasi pengarang Kitab berbahasa Arab hanya berlaku di dalam footnote, misalnya Ibnu Mandzur.
- Istilah-istilah dalam sejarah Islam, misalnya Bani Nadhir dan Perjanjian Hudaibiyah.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، أَشْهُدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَشْهُدُ أَنَّ مُحَمَّداً رَسُولَ اللَّهِ

اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “ZAKAT PROFESI CONTENT CREATOR ENDORSE PLATFORM TIKTOK (PERSPEKTIF YUSUF QARDHAWI DAN PMA NOMOR 31 TAHUN 2019)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi, M.A., M.Phil., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Ali Sodiqin, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum.
3. Bapak A. Hashfi Luthfi, M.H. selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Ibu Dr. Zusiana Elly Triantini, S.H.I., M.SI. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu sabar dalam membimbing dan memberikan arahan selama penulisan skripsi ini dibuat.

5. Ibu Dr. Hj. Widyarini, M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang dengan sabar telah meluangkan waktu dan memberikan dukungan kepada penulis.
6. Seluruh Dosen Hukum Ekonomi Syari'ah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang selama ini telah memberikan ilmu dengan sepenuh hati.
7. Kedua orangtuaku, Ibu Karmiyati dan Bapak Khoiruddin, terimakasih atas doa restu, nasehat, motivasi, cinta, dan kasih sayang yang selalu tercurah sehingga penyusun dapat terus kuat menjalani kehidupan hingga ini. Terimakasih selalu memberikan inspirasi kehidupan yang sangat berharga untuk masa depanku kelak.
8. Saudaraku, Latifah Nur Aini, terimakasih atas doa, motivasi, dan kasih sayangnya. Pengalaman darimu membuatku semangat untuk menjadi lebih baik.
9. Adik sepupuku, Rosita Eka Putri dan Rossa Dwi Dianita, terimakasih sudah menemaniku dari kecil hingga saat ini dan selalu mendengarkan semua keluh kesahku. Jadi lebih baik dibanding diriku.
10. Sahabatku Lulu' Rifa' Ngiffatin, Tsania Churil Machrushoh, Ma'ruf Wicaksono, dan (terkhusus Mas Ahmad Faiz Setiawan) yang selama ini selalu menemani, membantu, dan mensupport perjalanan perkuliahan.
11. Teman-teman KKN 105 Windusari yang telah menemani serta berdinamika bersama, terimakasih atas segala pelajaran dan rasa kekeluargaan yang tidak akan pernah terlupakan.

12. Keluarga besar Hukum Ekonomi Syariah Angkatan 2018 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas kebersamaannya selama menuntut ilmu dikampus tercinta ini.
13. Seluruh saudara, sahabat, dan semua pihak yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu, yang telah memberikan segala bantuan, dukungan, serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga Allah senantiasa memberikan barakah atas kebaikan dan jasa-jasa mereka semua dengan pahala yang berlimpah. Demikian semoga skripsi ini bisa menjadi rujukan awal bagi peneliti selanjutnya dan bermanfaat bagi kita semua.

Sleman, 28 Mei 2025

Nafi'ah Nur Isnaini
NIM 18103080012

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

COVER	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMPAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
D. Telaah Pustaka.....	9
E. Kerangka Teoritik.....	13
F. Metode Penelitian.....	22
G. Sistematika Pembahasan	26
BAB II ZAKAT PROFESI TINJAUAN YUSUF QARDHAWI DAN PMA	
NOMOR 31 TAHUN 2019.....	27
A. Zakat Profesi Tinjauan Yusuf Qardhawi	27
B. Zakat Profesi Tinjauan PMA Nomor 31 Tahun 2019.....	50
BAB III GAMBARAN UMUM <i>CONTENT CREATOR ENDORSE</i>	55
A. Deskripsi <i>Content Creator</i>	55
B. Pengertian <i>Endorse</i>	59

C. Penghasilan <i>Content Creator Endorse</i>	59
D. Skill yang Harus Dimiliki <i>Content Creator Endorse</i>	60
E. Perkembangan <i>Content Creator Endorse</i>	63
BAB IV ANALISIS ZAKAT PROFESI BAGI <i>CONTENT CREATOR ENDORSE</i> PLATFORM TIKTOK	65
A. Pnghasilan <i>Content Creator Endorse</i> Platform TikTok Sebagai Objek Zakat Profesi	65
B. Proses Kerja <i>Content Creator Endorse</i> Sebagai Profesi.....	67
C. Zakat Profesi Bagi <i>Content Creator Endorse</i> Platform TikTok yang Ditinjau dari Perspektif Yusuf Qardhawi dan PMA Nomor 31 Tahun 2019	71
BAB V PENUTUP	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN-LAMPIRAN	88
Lampiran I	88
Lampiran II.....	93
Lampiran III	95

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini, teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini dibuktikan dengan hampir seluruh kegiatan sehari-hari manusia didukung oleh teknologi. Sejarah menyebutkan bahwa dunia mengalami revolusi teknologi secara bertahap. Revolusi teknologi gelombang pertama terjadi karena ditemukannya mesin uap, gelombang kedua karena ditemukannya mesin tenaga listrik sedangkan revolusi teknologi gelombang 3.0 dan 4.0 terjadi dengan ditemukannya digital. Meluasnya jaringan internet di berbagai belahan dunia merupakan sebuah tanda dari perkembangan teknologi digital ini. Tentu saja hal ini dapat membuat masyarakat di suatu negara atau suatu kota dengan kota lain dapat dengan mudah berbagi informasi. Sebuah era baru pun muncul karena adanya perkembangan ini. Era ini bernama *Cyber Communication Era*, yang ditandai dengan berkembangnya berbagai platform media sosial yang ada dalam kehidupan masyarakat. Pada saat ini, komunikasi bukan lagi hanya sebatas interaktif tapi juga dapat berjejaring. Misalnya, jika kita sedang mengakses media sosial bukan berarti kita hanya sebagai konsumen informasi dan bukan hanya terlibat dalam komunikasi tersebut, namun kita juga berjejaring atau membuat jaringan dengan orang lain. Ada jaringan followers atau saling tag satu dengan yang lain sehingga muncul jejaring sosial tersebut. Pada *Cyber Communication Era*, juga bisa membuat setiap individu menjadi produsen informasi, seperti

membuat akun di berbagai media sosial seperti Instagram dan TikTok ataupun membuat channel di Youtube, sehingga batas antara produsen dan konsumen informasi semakin tipis.

Pesatnya kemajuan dan perkembangan teknologi pada awal abad ke-21 itu juga pula melahirkan fenomena era disruptsi. Era disruptsi merupakan masa dimana terjadinya perubahan-perubahan yang disebabkan karena adanya inovasi yang begitu hebat sehingga mengubah system dan tatanan kehidupan masyarakat secara luas. Kata disruptsi ini pertama kali diperkenalkan tahun 1997 oleh Clayton Christensen dalam bukunya yang berjudul “The Innovator’s Dilemma”. Dalam bukunya, Christensen juga memperkenalkan istilah Disruptive Innovation, yaitu suatu perkembangan baru karena adanya inovasi yang mengubah bagaimana cara, struktur, serta fungsi bisnis dan industri.¹

Disrupsi tidak hanya sekedar perubahan, tetapi perubahan besar yang mengubah tatanan dan sesuatu yang berubah dari hal yang bersifat fundamental dan mendasar. Era disruptsi bukan hanya mengubah wajah media serta industri yang menyertainya, tapi juga mengubah cara, sikap, dan perilaku kita dalam berkomunikasi. Penggunaan alat sebagai bagian dari cara berkomunikasi yang berubah merupakan tanda dari pergeseran-pergeseran dalam berkomunikasi. Pergeseran mendasar tersebut satu di antaranya ialah perkembangan atau evolusi teknologi yang bertujuan untuk mencari celah kehidupan manusia. Keadaan ini mendorong digitalisasi yang berakibat dari evolusi teknologi (terutama informasi).

¹ Ikhsan, “Apa itu era disruptsi? Berikut contoh dan cara menghadapinya,” <https://sasanadigital.com/apa-itu-era-disrupsi-digital-dan-teknologi/>, akses 30 Maret 2024 Pukul 00.36.

Digitalisasi ini hampir mengubah semua tatanan kehidupan termasuk dalam dunia pekerjaan. Contohnya terjadi pada tukang ojek yang pada awalnya harus menunggu di suatu tempat terlebih dahulu dan menunggu penumpangnya. Namun, ketika teknologi semakin maju, hal tersebut telah tergantikan, ojek yang kita kenal dahulu sudah berubah nama sebagai ojek online, di mana ketika seseorang ingin menggunakan jasa ojek, mereka cukup memesan melalui aplikasi yang ada di gadget mereka saja.²

Hal tersebut menunjukkan bahwa teknologi dapat mempermudah pekerjaan manusia. Dahulu handphone hanya digunakan untuk bertukar komunikasi. Itupun hanya melalui pesan teks dan pesan suara. Namun pada saat ini, handphone berubah menjadi smartphone yang didalamnya terdapat banyak aplikasi yang bermanfaat sekali bagi manusia. Bahkan manusia dapat berkarya, bekerja, dan berjualan melalui aplikasi yang ada dalam smartphone tersebut.

Internet menjadi salah satu sumber penghasilan baru di masa kini. Banyak generasi muda yang memanfaatkannya untuk mencari uang, maka dari itu banyak profesi yang berhubungan dengan internet bermunculan seperti *web designer*, *blogger*, *programmer*, *content creator*, *youtuber*, *tiktokers*, *influencer*, dan *podcaster*. Beberapa jenis profesi tersebut mulai diminati oleh banyak orang terutama kaum milenial karena jam kerja yang bebas dan tidak mengikat. Selain itu pendapatan yang didapat pun sama dengan profesi lain seperti pengusaha, pengacara, dan dosen bahkan bisa lebih banyak.

² Revi Yudhistira, “Disrupsi di Dunia Digital,” , <https://kumparan.com/dryudhiii/disrupsi-di-dunia-digital-1v1Vj4EavGS/3>, akses 10 Mei 2023 Pukul 20.11.

Salah satu sarana untuk mendapatkan penghasilan dari internet yaitu melalui aplikasi. Salah satu aplikasi yang saat ini digemari oleh masyarakat yaitu aplikasi TikTok. Berdasarkan data yang diungkap oleh Statista pada Agustus 2024, bahwa pada Juli 2024, Indonesia merupakan negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia, dengan hampir 157,6 juta pengguna yang menggunakan platform video sosial yang populer ini.³ TikTok merupakan aplikasi untuk membuat video pendek yang diiringi musik yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak. Aplikasi TikTok dapat digunakan untuk menyebarkan informasi, mempromosikan suatu produk atau jasa, maupun sebagai hiburan saja. Video pendek yang dibuat dapat dilihat, dikomentari, maupun disimpan oleh semua orang. Maka dari itu, tidak heran jika banyak orang yang menggunakan platform ini.

Awalnya aplikasi TikTok sering digunakan oleh selebriti yang memanfaatkan fitur *TikTok Ads* yang digunakan untuk mengoptimalkan penyebaran konten. Lalu seiring berkembangnya waktu, banyak masyarakat biasa yang menggunakan untuk mencari informasi, mempromosikan sebuah produk atau jasa, maupun hanya untuk hiburan saja misalkan berjoged, bernyanyi, atau sekedar melihat video-video orang lain. Saat ini pengguna TikTok berlomba-lomba untuk menciptakan konten yang dapat menarik perhatian pengguna lain.

Aplikasi TikTok juga menjadi media promosi yang sangat ampuh. Aplikasi TikTok dinilai mempunyai peluang besar dalam mempromosikan usaha karena

³ CNN Indonesia, “Indonesia Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia, kalahkan AS hingga Rusia”, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20241007094807-192-1152374/indonesia-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia-kalahkan-as-hingga-rusia>, 6 Mei 2025 pukul 19.01

pada saat ini aplikasi TikTok digunakan dan diakses oleh semua kalangan. Banyak UMKM yang menggunakan TikTok sebagai media promosi usaha barang ataupun jasa. Namun pelaku usaha banyak yang terkendala pada ide-ide konten yang menarik untuk menjangkau target pasar yang lebih luas. Hal ini banyak dimanfaatkan oleh orang-orang yang mempunyai ide serta memiliki jumlah *followers* yang banyak pada aplikasi TikTok untuk melakukan promosi. Seseorang yang memiliki kemampuan dalam membuat konten promosi serta memiliki pengaruh yang kuat (memiliki *followers* dalam jumlah banyak) terhadap suatu komunitas disebut *content creator endorse*.

Content creator endorse merupakan suatu profesi yang membutuhkan ide-ide yang menarik serta keahlian untuk dapat menarik perhatian orang lain. Di Indonesia ada banyak sekali *content creator endorse* di platform TikTok yang mempromosikan kuliner, event, fashion, maupun tempat wisata. Biasanya masing-masing dari mereka mempunyai tim yang bekerja dibelakang mereka misalnya manager yang mengatur jadwal, cameramen dan editor. Maka dari itu, setiap video yang mereka buat membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Jadi tidak heran apabila para *content creator* memasang tarif yang lumayan tinggi di setiap konten-konten promosi yang mereka buat.

Tarif antar *content creator endorse* di platform TikTok yang satu dengan yang lainnya pun berbeda-beda tergantung apa yang akan dipromosikan serta jumlah *followers* aplikasi TikTok yang dimiliki oleh masing-masing *content creator*. Biasanya mereka mematok tarif sebesar Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 di setiap video promosi yang mereka buat. Namun terkadang ada biaya tambahan

juga seperti ongkos untuk datang ke lokasi yang akan di *review* apabila lokasinya jauh. Dalam sehari mereka bisa datang ke beberapa lokasi yang akan di *review*. Jika *content creator* tersebut aktif melakukan *review*, maka rata-rata penghasilan mereka dalam sebulan bisa mencapai Rp 15.000.000. Jika dikalkulasikan selama satu tahun bisa mencapai sekitar Rp 180.000.000.

Jika dibandingkan dengan penghasilan profesi lain, profesi *content creator endorse* tersebut sudah sangat cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup saat ini. Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengatakan setiap profesi yang penghasilannya mencapai nisab atau batas minimum untuk wajib zakat dalam satu tahun wajib membayar zakat.⁴ Zakat yang dikenakan pada *content creator*, *youtuber*, *selebgram*, dan profesi sejenisnya adalah zakat profesi. Zakat profesi adalah zakat yang dikenakan pada tiap pekerjaan atau keahlian professional tertentu, baik yang dilakukan sendiri maupun yang dilakukan bersama dengan orang atau lembaga lain, yang mendatangkan penghasilan (uang) yang memenuhi nisab (batas minimum untuk bisa berzakat).⁵

Namun tidak semua ulama sepakat atas wajibnya zakat profesi, ada ulama' yang tidak mewajibkan dan ada juga ulama' yang mewajibkannya, diantara ulama- ulama yang mewajibkan adanya zakat profesi itu adalah ulama'-ulama' kontemporer seperti Abdur Rahman Hasan, Muhammad Abu Zahroh, Abdul Wahab Khalaf, Dan Yusuf Al Qardhawi, yang mana mereka telah mengadakan

⁴ Tim Detikcom, "Apakah Penghasilan YouTuber Wajib Zakat? Ini Penjelasan MUI," <https://news.detik.com/berita/d-5739212/apakah-penghasilan-youtuber-wajib-zakat-ini-penjelasan-mui/2>, akses 30 Januari 2023 pukul 14.50.

⁵ Saprida, "Zakat Profesi Menurut Pandangan Yusuf Qardhawi," *Jurnal of Economica Sharia*, Vol. 2:1 (Agustus 2016), hlm. 51.

penelitian dan memunaqosyahkan argumen-argumen yang dikemukakan oleh kedua belah pihak antara pihak ulama yang mewajibkan dan pihak ulama yang tidak mewajibkan, sehingga mereka lebih memilih wajibnya zakat profesi.⁶

Dalam hukum positif pun belum ada hukum tetap yang mengatur mengenai zakat profesi terhadap profesi *content creator endorse*. Dalam pasal 4 ayat 2 UU No. 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat secara eksplisit tidak disebutkan istilah profesi dalam pasal tersebut, hanya disebutkan bahwa diantara bentuk zakat mal adalah pendapatan dan jasa, artinya memberikan peluang terhadap bentuk aktivitas-aktivitas dan jasa yang menghasilkan pendapatan materi. Hal ini dimaknai bahwa setiap profesi yang menghasilkan pendapatan materi harus dikeluarkan zakatnya.⁷

Berdasarkan permasalahan diatas, hal tersebut merupakan sesuatu yang menarik untuk diteliti. Dilihat dari penghasilan *content creator endorse* platform TikTok yang penghasilannya lebih banyak dari profesi lain tetapi belum ada ketentuan zakat profesi yang khusus untuk *content creator endorse* platform TikTok. Begitupula dengan pemahaman *content creator endorse* mengenai zakat penghasilan, maka peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul “ZAKAT PROFESI BAGI CONTENT CREATOR ENDORSE PLATFORM TIKTOK (PERSPEKTIF YUSUF QARDHAWI DAN PMA NOMOR 31 TAHUN 2019”

⁶ Masyhuri dan Mutmainnah, “Zakat Profesi Menurut Pandangan Yusuf Al Qardhawi,” *Jurnal Pemikiran dan Ilmu Keislaman*, Vol. 4:1 (Maret 2021), hlm. 130.

⁷ Muhammad Aziz dan Sholikah, “Zakat Profesi Dalam Perspektif Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 Dan Hukum Islam,” *Jurnal Ulul Albab*, Vol 15:2 (2014), hlm. 198

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pendapatan dari *endorse* bisa disebut sebagai penghasilan?
2. Bagaimana alur *content creator* membuat video *endorse* sehingga bisa disebut sebagai profesi?
3. Bagaimana zakat profesi bagi *content creator endorse* platform TikTok yang ditinjau dari perspektif Yusuf Qardhawi dan PMA No 31 Tahun 2019?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan dari pelaksanaannya penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui berapa pendapatan dari *endorse* yang bisa disebut sebagai penghasilan
2. Untuk mengetahui alur *content creator* membuat video *endorse*
3. Untuk mengetahui zakat profesi bagi *content creator endorse* platform TikTok dari perspektif PMA Nomor 31 Tahun 2019

Adapun kegunaan dari pelaksanaan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Secara Teoritis

Penelitian ini dapat menambah serta mengembangkan teori mengenai zakat profesi *content creator endorse* platform TikTok perspektif Yusuf Qardhawi dan PMA Nomor 31 Tahun 2019 agar dapat dijadikan referensi dalam dunia akademis

b. Secara Praktis

Penelitian ini dapat memberikan penjelasan kepada *content creator endorse* platform TikTok untuk melaksanakan kewajibannya menunaikan zakat profesi yang sudah sesuai dengan pendapat Yusuf Qardhawi dan PMA Nomor 31 Tahun 2019.

c. Akademisi

Penelitian ini dapat membantu dalam menambah wawasan, pengetahuan, dan referensi mengenai pelaksanaan zakat profesi *content creator endorse* platform TikTok yang sesuai dengan pendapat Yusuf Qardhawi dan PMA Nomor 31 Tahun 2019.

d. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan berfikir, terutama mengenai masalah pelaksanaan zakat profesi bagi *content creator endorse* platform TikTok. Menerapkan teori-teori yang dipelajari selama di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada dalam kehidupan masyarakat.

D. Telaah Pustaka

Telaah pustaka merupakan kajian terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang relevan yang bertujuan untuk mengetahui perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Yusuf yang berjudul “Hukum Zakat bagi Pelaku Bisnis dengan Aplikasi Youtube (Youtuber) Tinjauan Hukum Zakat Yusuf Qardhawi”.⁸ Penelitian ini membahas mengenai kewajiban zakat pada youtuber yang telah memenuhi syarat wajib berzakat termasuk syarat-syarat kekayaan yang wajib dizakati sebagaimana yang telah ditetapkan oleh Yusuf Qardhawi dalam bukunya yang berjudul Hukum Zakat (Fiqhuz Zakat). Zakat youtuber tersebut dianalogikan sebagai zakat kekayaan dagang karena secara tidak langsung telah terjadi kegiatan jual beli serta niat untuk memperoleh keuntungan. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu mengenai kewajiban zakat penghasilan pada *content creator endorse* di platform TikTok serta pemahaman beberapa *content creator endorse* terkait pelaksanaan zakat profesi.

Penelitian yang dilakukan oleh Dian Burdi Jaya yang berjudul “Penghasilan Youtubers Sebagai Objek Zakat Profesi (Analisis tentang Mâl Mustafad sebagai Penghasilan Profesi di Kalangan Youtubers Aceh)”.⁹ Penelitian ini membahas mengenai indicator youtuber yang diklasifikasikan sebagai objek zakat profesi serta batas nisab dan haul pada penghasilan youtuber untuk wajib zakat. Hasil penelitian yang didapatkan yaitu youtuber yang wajib mengeluarkan zakat profesi adalah kegiatan

⁸ Muhammad Yusuf, “Hukum Zakat bagi Pelaku Bisnis dengan Aplikasi Youtube (Youtuber) Tinjauan Hukum Zakat Yusuf Qardhawi”, *Skripsi* Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2019.

⁹ Dian Burdi Jaya, “Penghasilan Youtubers Sebagai Objek Zakat Profesi (Analisis tentang Mâl Mustafad sebagai Penghasilan Profesi di Kalangan Youtubers Aceh)”, *Skripsi* Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh, 2020.

youtuber tersebut bukan hanya sekedar hobi atau mengisi waktu luang namun kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang serius digeluti. untuk batas nisab dan haul di qiyaskan dengan zakat pertanian. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti membahas mengenai pendapatan *content creator endorse* di platform TikTok sebagai objek zakat profesi serta bagaimana penghasilan tersebut bisa di kategorikan sebagai wajib zakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Livia Trijunita Sari yang berjudul “Analisis Hukum Islam Tentang Zakat Profesi Selebgram Dari Penghasilan Endorsmen”.¹⁰ Penelitian ini membahas mengenai proses selebgram mendapatkan penghasilan melalui endorsmen. Kemudian dianalisis menggunakan hukum islam mengenai zakat penghasilan selebgram dari penghasilan endorsmen. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman terhadap masyarakat dan khususnya para selebgram mengenai pandangan hukum Islam dan zakat profesi terhadap penghasilan yang didapatkan dari endorsmen. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti membahas mengenai penghasilan *endorse content creator* TikTok yang ditinjau dari perspektif Yusuf Qardhawi sebagai tinjauan hukum Islam dan PMA No 31 Tahun 2019 sebagai hukum positif.

¹⁰ Livia Trijunita Sari, “Analisis Hukum Islam Tentang Zakat Profesi Selebgram Dari Penghasilan Endorsmen”, *Skripsi* Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020.

Penelitian yang dilakukan oleh Faridatul Latifah yang berjudul “Zakat Profesi Perspektif Yusuf Al-Qaradawi dan Didin Hafidhuddin”.¹¹ Penelitian ini membahas mengenai perbandingan zakat profesi menurut Yusuf Al-Qaradawi dan zakat profesi menurut Didin Hafidhuddin. Hal-hal yang dibandingkan yaitu pengertian zakat profesi dan metode yang digunakan dalam mengkaji zakat profesi. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti mengkorelasikan pendapat mengenai zakat profesi antara perspektif Yusuf Qardhawi sebagai hukum islam dan PMA No 31 Tahun 2019 sebagai hukum positif yang kemudian akan meninjau penghasilan *content creator endorse* TikTok menggunakan 2 perspektif tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Nayli Alawiyah yang berjudul “Analisis Pemahaman Pelaksanaan Zakat Penghasilan Influencer Instagram Menurut Hukum Islam di Jepara”¹² Penelitian ini membahas mengenai pemahaman zakat penghasilan pada influencer di Jepara menurut Hukum Islam. Dalam penelitian ini, dasar hukum zakat penghasilan diistinbatkan dengan zakat emas. Ada 5 influencer yang menjadi subjek dalam penelitian ini. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti menganalisis zakat profesi secara spesifik menurut yusuf Qardhawi dan PMA No 31 Tahun 2019 serta pemahaman *content*

¹¹ Faridatul Latifah, “Zakat profesi perspektif Yusuf Al-Qaradawi dan Didin Hafidhuddin”, *Skripsi* Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2010.

¹² Nayli Alawiyah, “ Analisis Pemahaman Pelaksanaan Zakat Penghasilan Influencer Instagram Menurut Hukum Islam di Jepara”, *Skripsi* Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Walisongo Semarang, 2021.

creator endorse di platform TikTok mengenai zakat profesi yang tidak dibatasi wilayah penelitiannya.

Jurnal dari Yenni Batubara yang berjudul “Ketentuan Hukum Zakat Youtubers Perspektif Yusuf Al Qardawi”.¹³ Jurnal ini membahas mengenai penghasilan para youtubers merupakan al-mal al-mustafad yaitu harta wajib zakat. Penghasilan tersebut wajib dizakatkan apabila video-video yang diunggah tidak bertentangan dengan syariat. Dalam jurnal ini juga menjelaskan bahwa banyak perbedaan pendapat mengenai zakat profesi terhadap youtubers, namun penulis jurnal menyetujui pendapat Yusuf Qardhawi jika zakat profesi youtubers di qiyaskan dengan zakat pertanian. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti menggunakan pendapat Yusuf Qardhawi sebagai tinjauan hukum islam untuk meninjau zakat profesi *content creator endorse* di TikTok yang kemudian disesuaikan dengan keadaan saat ini.

Dari beberapa penelitian diatas, belum ada yang secara spesifik meneliti mengenai zakat profesi bagi *content creator* yang bekerja pada platform TikTok. Mayoritas penelitian mengenai profesi pada platform youtube (youtuber) dan Instagram (selebgram) saja. Maka dalam penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti akan membahas mengenai profesi yang bekerja pada platform TikTok yang dimana platform ini mempunyai perkembangan yang sangat pesat dan jangkauan global yang lebih luas dibanding platform lain. Banyak pula cara yang bisa dilakukan

¹³ Yenni Batubara, Ketentuan Hukum Zakat Youtubers Perspektif Yusuf Al Qardawi”, *Al-'Adalah*, Vol. 5:1 (Juni:2020).

untuk menghasilkan uang dari platform ini, contohnya dari *endorsement*, *affiliate marketing*, *sponsorship*, *TikTok live*, dan lain sebagainya.

Selain itu belum ada penelitian yang menggabungkan 2 perspektif yaitu pendapat Yusuf Qardhawi sebagai tinjauan hukum islam dan PMA No 31 Tahun 2019 sebagai tinjauan hukum positif.

E. Kerangka Teoritik

1. Penghasilan *content creator endorse*

Endorse adalah bentuk strategi marketing yang melibatkan publik figur dan orang-orang terkenal seperti *content creator* serta *influencer* dengan basis pengikut yang masif. Adapun manfaat dari *endorse* yaitu membangun kredibilitas brand, membuat brand lebih menonjol dari competitor, dan membuka pasar baru. Kerja sama *endorse* bisa berbayar maupun tidak berbayar, tergantung kesepakatan dari kedua belah pihak. Biasanya, individu yang diajak bekerja sama untuk *endorsement* menetapkan rate bayarannya sendiri.¹⁴

Jasa *endorse* adalah suatu layanan jasa yang diberikan oleh seorang *influencer* maupun *content creator* yang melakukan *endorse* untuk mempromosikan sebuah brand di akun sosial medianya. Biasanya tarif *endorsement* ditentukan oleh *content creator* sendiri. Mereka membuat *ratecard*-nya sendiri yang kemudian akan disetujui oleh pengguna jasa mereka sebagai bayaran terhadap jasanya.

¹⁴ Revou.co, “Apa itu endors? Pengertian dan contoh,” <https://revou.co/kosakata/endorse#:~:text=Apakah%20endorse%20itu%20bayar%3F,endorsement%20menetapkan%20rate%20bayarannya%20sendiri>, akses 31 Mei 2023 pukul 19.35.

Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) menjelaskan, penghasilan yang dimaksud ialah setiap pendapatan seperti gaji, honorarium, upah, jasa, dan lain-lainnya yang diperoleh dengan cara halal, baik rutin seperti pejabat negara, pegawai, karyawan, maupun tidak rutin seperti dokter, pengacara, konsultan, dan sejenisnya, serta pendapatan yang diperoleh dari pekerjaan bebas lainnya.¹⁵

2. Alur *content creator* membuat video *endorse* sehingga disebut profesi

Content creator adalah seseorang yang kegiatannya menyebarluaskan informasi yang ditransformasikan kedalam sebuah gambar, video dan tulisan atau disebut sebagai sebuah konten, yang kemudian konten tersebut disebarluaskan melalui berbagai platform media sosial seperti TikTok dan Instagram. Seiring berjalananya waktu, kini *content creator* perlu memiliki keahlian khusus.¹⁶

Endorse adalah bentuk promosi atau iklan berbayar mengenai suatu brand jasa atau barang yang dilakukan oleh pihak *endorser* dengan cara memposting di media sosialnya. *Endorser* menarik perhatian audiens menggunakan word of mouth advertising. Produk yang mereka promosikan, biasanya benar-benar mereka gunakan terlebih dahulu lalu diberikan *review* sehingga isi kontennya lebih jujur.¹⁷

¹⁵ Baznaz, “Nishab dan Kadar Zakat Penghasilan,” <https://baznas.go.id/zakatpenghasilan>, akses 31 Mei 2023 pukul 20.29.

¹⁶ Yusti Amelia Sundawa dan Wulan Trigartanti, “Fenomena Content Creator di Era Digital,” *Jurnal Prosiding Hubungan Masyarakat*, Vol 4:2 (2017-2018), hlm. 438.

¹⁷ Arista Prianka Putri, “Celebrity Endorsement dan Influencer Marketing, Serupa Namun Tak Sama,” <https://contindr.co.id/blog/celebrity-endorsement-dan-influencer-marketing-serupa-tak-sama>.

Content creator endorse adalah seseorang yang mempunyai kemampuan atau keahlian mempromosikan suatu barang atau jasa yang ditransformasikan dalam sebuah konten yang disebarluaskan melalui platform sosial media dengan tujuan untuk menarik perhatian masyarakat.

Profesi adalah suatu bidang pekerjaan yang memerlukan keterampilan atau keahlian tertentu.¹⁸ Profesi melibatkan penguasaan keterampilan atau keahlian tertentu yang tidak semua orang miliki. Sedangkan pekerjaan merupakan aktivitas yang dilakukan oleh seseorang untuk mencari nafkah dan biasanya tidak diperlukan keterampilan khusus atau keahlian tertentu.

Ada beberapa skill yang harus dikuasai untuk menjadi seorang *content creator* :

1. Kemampuan riset

Dalam membuat sebuah konten diperlukan riset untuk mengumpulkan informasi pendukung yang lengkap. Riset juga membantu *content creator* memahami kondisi pasar, tren, dan kebutuhan audiens.

2. Manajemen waktu

[namun-tak-sama#:~:text=Berbeda%20dengan%20celebrity%20endorsement%20yang,sehingga%20isi%20kontennya%20lebih%20jujur.](#), akses 7 Juli 2023 pukul 22.21.

¹⁸ Isna Rifka, “Berbeda dengan pekerjaan, Apa itu Profesi?,” <https://money.kompas.com/read/2022/01/03/210000526/berbeda-dengan-pekerjaan-apa-itu-profesi#:~:text=Kesimpulannya%2C%20apa%20yang%20dimaksud%20dengan,pilot%2C%20bidan%2C%20dan%20lainnya.,> akses 7 Juni 2023 pukul 22.29.

Content creator biasanya tidak hanya membuat satu jenis konten saja. Karena itu, manajemen waktu yang baik sangat diperlukan untuk bisa memproduksi semua konten sesuai jadwal yang sudah ditentukan. Apalagi kalau *content creator* adalah pekerjaan sampingan, tentu harus bisa mengatur waktu agar pekerjaan utama tidak terganggu. *Content creator* harus pandai mengatur waktu agar tahap pra produksi, produksi, dan post produksi dapat selesai tepat waktu.

3. SEO (Search Engine Optimization)

Selain membuat konten yang berkualitas, ada juga hal yang tidak kalah penting, kontennya mudah ditemukan audiens. Untuk memudahkan audiens menemukan konten yang dibuat, maka bisa menerapkan SEO. SEO adalah upaya optimasi agar konten yang diunggah mudah ditemukan di search engine. Tidak hanya artikel, saat ini juga ada SEO YouTube dan Podcast SEO.

4. Copywriting dan content writing

Dalam pembuatan konten pasti akan memerlukan naskah, skrip, atau caption. Karena itu, kemampuan menulis seperti *copywriter* dan *content writing* perlu dikuasai.

5. Fotografi atau videografi

Seorang *content creator* harus mempunyai keahlian fotografi dan videografi. Karena konten yang diproduksi sebagian besar berupa foto dan juga video. Jadi keahlian tersebut sangat diperlukan.

6. Editing

Editing diperlukan untuk memastikan konten yang dibuat sudah sesuai untuk dipublikasikan dan membuat konten tersebut menjadi lebih menarik.¹⁹

Video *endorse* adalah jenis video iklan yang memiliki tujuan untuk membantu mempromosikan suatu produk atau jasa melalui testimonial dari orang yang terkenal atau influencer. Jenis video iklan ini sangat populer di media sosial, seperti Instagram dan TikTok.

Alur membuat video endorse :

1. Menentukan Target Audience
2. Menentukan Konsep
3. Mengambil Gambar dan Audio
4. Mengedit Video
5. Publikasikan Video

Membuat video tersebut juga membutuhkan skill atau kemampuan. Kemampuan membuat kata-kata maupun gambar atau video yang menarik sehingga audiens tertarik untuk menonton maupun melakukan sesuatu yang disarankan oleh pembuat video atau *content creator* tersebut.

3. Zakat Profesi Tinjauan Yusuf Qardhawi dan PMA No 31 Tahun 2019

- a. Pemikiran Yusuf Qardhawi

A. Pengertian Zakat Profesi

¹⁹ Annisa Ayu Artanti, "Profesi Content Creator Digandrungi Anak Muda, Apa Itu?," <https://www.medcom.id/ekonomi/bisnis/nbwDg3Dk-profesi-content-creator-digandrungi-anak-muda-apa-itu#:~:text=Jakarta%3A%20Perkembangan%20teknologi%20dan%20internet,menciptakan%20ekosistem%20kerja%20yang%20baru..>, akses 7 Juni 2023 pukul 22.50.

Profesi merupakan pekerjaan atau usaha yang menghasilkan uang atau kekayaan baik pekerjaan atau usaha itu dilakukan sendiri tanpa bergantung kepada orang lain, maupun dengan bergantung kepada orang lain, seperti pemerintah, perusahaan swasta, maupun dengan perorangan dengan memperoleh upah, gaji, atau honorium. Adapun zakat profesi adalah zakat yang dikenakan pada tiap pekerjaan atau keahlian profesional tertentu, baik yang dilakukan sendiri maupun yang dilakukan bersama dengan orang atau lembaga lain, yang mendatangkan penghasilan (uang) yang memenuhi nisab (batas minimum untuk bisa berzakat).²⁰

B. Dasar Hukum Zakat Profesi

Adapun dasar hukum syariat tentang zakat profesi adalah berdasarkan keumuman dari firman Allah SWT:²¹

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آتَيْنَاكُمْ مِّنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِّنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا

الْحَبِيبَاتِ مِنْهُ تُنْقِضُونَ وَلَا سُنْنَةُ إِلَّا أَنْ تُعْصِمُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ

Firman Allah:²²

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَثَرِكْتُهُمْ بِهَا

Dasar hukum yang lain adalah dengan melihat kepada tujuan disyariatkanya zakat, seperti untuk membersihkan dan mengembangkan harta, serta menolong para mustahiq (orang-orang

²⁰ Saprida, "Zakat Profesi Menurut Pandangan Yusuf Qardhawi," *Jurnal of Economica Sharia*, Vol. 2:1 (Agustus 2016), hlm. 51.

²¹ Al-Baqarah (2):267

²² At-Taubah (9):103

yang berhak menerima zakat). Juga sebagai cerminan rasa keadilan yang merupakan ciri utama ajaran Islam, yaitu kewajiban zakat pada semua penghasilan dan pendapatan.

C. Nisab Zakat Profesi

Nisab Zakat Profesi yang didapat dari gaji, upah kerja, atau honorarium mengikuti nisab emas murni 85 gram dengan kadar zakat 2,5% dengan alasan bahwa fungsi uang sebagai alat tukar pengqiyasannya lebih dekat dengan emas dibandingkan dengan perak yang hanya mengalami pasang surut. Sedangkan untuk zakat penghasilan lain selain dari upah atau gaji, seperti hasil dari penyewaan lahan, gedung, hotel, dan sejenisnya lebih cocok diqiyaskan dengan zakat pertanian yang langsung diberikan saat menerima setelah dipotong kebutuhan pokok sebesar 5% sampai 10%.²³

D. Perhitungan Zakat Profesi

Perhitungan zakat profesi dibedakan menurut dua cara:

1. Secara langsung, zakat dihitung dari 2,5% dari penghasilan kotor secara langsung, baik dibayarkan bulanan atau tahunan. Metode ini lebih tepat dan adil bagi mereka yang diluaskan rezekinya oleh Allah. Contoh: Seseorang dengan penghasilan Rp 3.000.000 tiap bulannya, maka wajib membayar zakat sebesar: 2,5% X 3.000.000=Rp 75.000 per bulan atau Rp 900.000 per tahun

²³ Feri Eko Wahyudi, “Studi Komparatif Pemikiran Zakat Profesi Yusuf al-Qaradhawi dan Majelis Ulama Indonesia (MUI)”, *Tesis Institut Agama Islam Negeri Palopo*, 2020.

2. Setelah dipotong dengan kebutuhan pokok, zakat dihitung 2,5% dari gaji setelah dipotong dengan kebutuhan pokok. Metode ini lebih adil diterapkan oleh mereka yang penghasilannya pas-pasan. Contoh: Seseorang dengan penghasilan Rp 1.500.000, dengan pengeluaran untuk kebutuhan pokok Rp 1.000.000 tiap bulannya, maka wajib membayar zakat sebesar: $2,5\% \times (1.500.000 - 1.000.000) = \text{Rp } 12.500 \text{ per bulan atau Rp } 150.000,- \text{ per tahun.}$

E. Waktu Pengeluaran Zakat Profesi

Ada 2 jenis pelaksanaan pengeluaran zakat profesi :

1. Orang yang bergaji bulanan

Pengeluaran zakat profesi bagi orang yang bergaji bulanan di qiyaskan dengan zakat pertanian, yaitu nisabnya 5 wasaq yang senilai dengan 653 kg gabah kering giling dan zakatnya 2,5%, yang dikeluarkan ketika menerima hasil (gaji) dan tidak ada haul.

2. Orang yang tidak bergaji bulanan

Contoh profesi yang tidak bergaji bulanan yaitu penjahit, , kontraktor, pengacara, dokter, dan lain sebagainya. Zakat orang yang tidak bergaji bulanan di qiyaskan dengan zakat harta, yaitu nishabnya senilai 85 gr emas, setelah penghasilannya

diakumulasikan dalam setahun dikurangi hutang konsumtif, besar zakatnya adalah 2,5 persen.²⁴

F. Harta yang wajib dizakati dalam zakat profesi

Dalam kategori zakat profesi, harta yang wajib di zakati yaitu segala macam pendapatan yang didapat bukan dari harta yang sudah dikenakan zakat. Artinya, zakat profesi didapat dari hasil usaha manusia yang mendatangkan pendapatan dan sudah mencapai nishab. Bukan dari jenis harta kekayaan yang memang sudah ditetapkan kewajibannya melalui Al-Qur'an dan hadits Nabi, seperti hasil pertanian, peternakan, perdagangan, harta simpanan (uang, emas, dan perak), dan harta rikaz. Jadi kewajiban zakat profesi merupakan kewajiban baru dari hasil ijтиhad ulama yang belum ditetapkan sebelumnya, melalui dalil Al-Qur'an ataupun Sunnah.²⁵

b. Peraturan Menteri Agama No 31 Tahun 2019

Peraturan Menteri Agama Nomor 52 tahun 2014 Tentang Syarat dan tata Cara Penghitungan Zakat Mal dan Zakat Fitrah serta Pendayagunaan Zakat Untuk Usaha Produktif yang mengatur mengenai zakat pendapatan dan jasa ada pada paragraph 8 pasal 26 dan 27.

²⁴ Masyhuri dan Mutmainnah, "Zakat Profesi Menurut Pandangan Yusuf Al Qardhawi," *Jurnal Pemikiran dan Ilmu Keislaman*, Vol. 4:1 (Maret 2021), hlm. 134.

²⁵ Muhammad Aziz dan Sholikah, "Zakat Profesi Dalam Perspektif Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 Dan Hukum Islam", *Ulul Albab*, Vol. 15:2 (2014), hal. 193

Pada Peraturan Menteri Agama Nomor 31 Tahun 2019 mengubah pasal 26 menjadi :

- (1) Nisab zakat pendapatan senilai 85 (delapan puluh lima) gram emas.
- (2) Kadar zakat pendapatan dan jasa senilai 2,5% (dua koma lima per seratus).

Sedangkan Pasal 27 tidak ada perubahan, sehingga tetap berbunyi : “Zakat pendapatan dan jasa ditunaikan pada saat pendapatan dan jasa diterima dan dibayarkan melalui amil zakat resmi.”

F. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian. Dalam melakukan penelitian ini peneliti menggunakan beberapa metode untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Metode yang akan digunakan yaitu :

1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kepustakaan (library research) yaitu penelitian yang menggunakan data pustaka seperti buku, jurnal ilmiah, majalah, koran, dan dokumen sebagai sumber datanya yang memiliki relevansi dengan topik penelitian.

2. Sifat Penelitian

Berdasarkan jenis penelitian yang telah dipaparkan, maka penelitian ini bersifat deskriptif analitis. Dalam penelitian deskriptif analisis, yaitu peneliti mendeskripsikan terlebih dahulu mengenai *content creator*

endorse TikTok dan juga pendapat Yusuf Qardhawi dan PMA Nomor 31 Tahun 2019 mengenai zakat profesi, kemudian setelah itu melakukan analisa terhadap zakat profesi *content creator endorse* TikTok menurut pendapat Yusuf Qardhawi dan PMA Nomor 31 Tahun 2019 melalui data, wawancara, ataupun fakta yang telah terkumpul untuk kemudian membuat kesimpulan mengenai hal tersebut.

3. Pendekatan Penelitian

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis-normatif. Pendekatan yuridis peneliti gunakan dalam melihat objek hukum karena berkaitan dengan Peraturan Menteri Agama No. 31 Tahun 2019 tentang Pengelolaan Zakat, sedangkan pendekatan normative peneliti gunakan untuk melihat aturan hukum tentang zakat profesi pada *content creator endorse* TikTok dengan kaidah yang ditetapkan oleh Yusuf Qardhawi.

4. Sumber Data

a. Sumber Data Premier

Data premier adalah data yang didapatkan secara langsung dari subjek penelitian. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah *content creator endorse* TikTok.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pelengkap dari sumber premier yang sudah ada dalam bentuk jadi contohnya buku-buku, jurnal, ataupun dokumen lainnya yang berkaitan dengan penelitian yang

dilakukan penulis. Dalam hal ini penulis mengambil data dari buku yang berjudul “Hukum Zakat” karangan Yusuf Qardhawi serta jurnal atau penelitian terkait. Penulis juga mengambil data dari Peraturan Menteri Agama Nomor 31 Tahun 2019 berikut peraturan maupun undang-undang sejenisnya.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan data pustaka sekunder baik berupa buku, jurnal, makalah, artikel, ataupun dokumen-dokumen ilmiah lainnya, untuk selanjutnya melakukan klasifikasi literature dalam kategori yang berhubungan dengan pembahasan. Namun penyusun juga melakukan wawancara tertulis kepada *content creator endorse* TikTok untuk mendapatkan data mengenai penghasilan serta pemahaman *content creator endorse* TikTok.

6. Analisis Data

Analisis data adalah proses untuk mengolah data agar menjadi sebuah informasi yang dapat dipahami oleh orang lain. Menurut Miles dan Huberman (1994) analisis data terdiri dari 3 macam :²⁶

a. Reduksi data

Reduksi data adalah membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, membuat gugus-gugus, membuat bagian, penggolongan, dan

²⁶ Salim dan Syahrum, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: Citapustaka Media, 2012), Cet. 2, hlm 147.

menulis memo. Kegiatan ini berlangsung terus menerus sampai laporan akhir lengkap tersususn.

b. Penyajian data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data berbentuk teks naratif diubah menjadi berbagai bentuk seperti matriks, grafik, dan bagan. Hal tersebut disusun untuk menggabungkan informasi yang sudah ada agar mudah diraih sehingga peneliti dapat mengetahui apa yang terjadi untuk menarik kesimpulan.

c. Menarik kesimpulan/verifikasi

Proses verifikasi merupakan tinjauan ulang terhadap catatan lapangan, bertukar pikiran dengan sesama peneliti untuk pengembangan

G. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini telah disusun secara terstruktur dan sistematis dalam lima bab :

Bab Pertama, merupakan bagian pendahuluan yang terdiri dari beberapa sub-bab antara lain : latar belakang masalah yang akan diteliti, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, telaah pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian, dan sistematika pembahasan. Bab

ini merupakan dasar dari pembahasan yang akan disajikan pada bab-bab selanjutnya.

Bab kedua, berisikan pemikiran Yusuf Qardhawi mengenai zakat profesi serta Peraturan Menteri Agama Nomor 31 Tahun 2019 yang membahas mnengenai ketentuan zakat profesi.

Bab ketiga, memaparkan deskripsi umum mengenai *content creator endorse* TikTok yang terdiri dari pengertian *content creator endorse*, penghasilan *content creator endorse*, skill yang dibutuhkan oleh *content creator endorse* TikTok, dan menjelaskan perkembangan *content creator endorse* TikTok.

Bab keempat, menyajikan dan memaparkan hasil analisa mengenai zakat profesi pada beberapa *content creator endorse* TikTok yang ditinjau menggunakan perspektif Yusuf Qardhawi sebagai hukum islam dan PMA No 31 Tahun 2019 sebagai hukum positif.

Bab kelima, penutup yang berisi kesimpulan dari penelitian dan saran-saran untuk pengembangan studi lebih lanjut.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini mengenai zakat profesi bagi *content creator endorse* platform TikTok dalam perspektif Yusuf Qardhawi dan PMA Nomor 31 Tahun 2019, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Zakat profesi bagi *content creator* TikTok merupakan bentuk kewajiban syariat bagi muslim yang telah memenuhi syarat nishab dan haul. Penghasilan yang diperoleh *content creator* dari aktivitas *endorsement* maupun lainnya dikategorikan sebagai mal mustafad (harta yang diperoleh dari hasil usaha atau pekerjaan), sehingga menurut Yusuf Qardhawi dan PMA Nomor 31 Tahun 2019, zakat wajib ditunaikan apabila telah mencapai nishab sebesar 85 gram emas dan dikeluarkan sebesar 2,5% dari total penghasilan.
2. Alur kerja *content creator* dalam membuat video *endorse* menunjukkan bahwa aktivitas tersebut merupakan suatu profesi. *Content creator* bekerja sama dengan pihak brand, menyusun konsep konten sesuai *brief*, melakukan proses produksi hingga *editing*, lalu mengunggah konten sesuai jadwal. Aktivitas ini menuntut keahlian, konsistensi, dan profesionalisme, sehingga memenuhi unsur profesi

sebagai pekerjaan yang dilakukan secara terus-menerus untuk memperoleh penghasilan.

3. Zakat profesi bagi *content creator endorse* TikTok menurut Yusuf Qardhawi dan PMA No. 31 Tahun 2019 dikenakan sebesar 2,5% dari penghasilan bersih, apabila telah mencapai nishab setara 85 gram emas. Yusuf Qardhawi menyebutkan bahwa zakat profesi termasuk zakat mal mustafad dan wajib dikeluarkan setiap kali menerima penghasilan tanpa menunggu haul. Sementara menurut PMA No. 31 Tahun 2019, zakat profesi merupakan bagian dari zakat maal yang wajib dibayarkan setelah dikurangi kebutuhan pokok.

B. Saran

1. Bagi *content creator* muslim, disarankan untuk mulai memahami dan menerapkan kewajiban zakat profesi sesuai ketentuan syariat. Mereka sebaiknya menghitung penghasilan dari *endorsement* maupun dari pekerjaan lain yang dilakukan oleh *content creator* secara periodik dan mengeluarkan zakat apabila sudah mencapai nishab.
2. Bagi lembaga amil zakat dan pemerintah, disarankan untuk memperbarui regulasi terkait zakat profesi pada pekerja digital, mengembangkan program edukasi dan penyuluhan mengenai zakat profesi. Kolaborasi dengan platform digital seperti TikTok dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan kesadaran zakat.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan kajian ini dengan pendekatan kuantitatif atau studi komparatif dengan platform

media sosial lainnya, serta melihat potensi penghimpunan zakat dari sektor digital secara lebih luas.



DAFTAR PUSTAKA

AL-QUR'AN

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya*, (Semarang: PT. Karya Toha Putra, 2002)

HADITS

Al-Albani, Muhammad Nashiruddin & Mukhtasar Shahih Al Imam Bukhari, Terjemahan Asep Saefullah dkk, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2012), cet IV, 211

BUKU

Albani (al), Muhammad Nashiruddin Al dan Mukhtasar Shahih Al Imam Bukhari, Terjemahan Asep Saefullah dkk, Jakarta: Pustaka Azzam, cet III 2014.

Kementerian Agama RI, Buku Saku Menghitung Zakat, 2013, hal 68

Salim dan Syahrum, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Citapustaka Media, 2012), Cet. 2, hlm 147.

Qardhawi, Yusuf, *Fiqhuz Zakat*, Terjemahan Salman Harun, Jakarta: PT Pustaka Litera AntarNusa, 1993.

KAMUS

Kamus Bahasa Indonesia edisi elektronik (Pusat Bahasa, 2008)

JURNAL

Aziz, Muhammad dan Sholikah, "Zakat Profesi Dalam Perspektif Undang-Undang No. 23 Tahun 2011 Dan Hukum Islam," Jurnal Ulul Albab, Vol 15:2 (2014), hlm. 193- 198

Batubara, Yenni, "Ketentuan Hukum Zakat Youtubers Perspektif Yusuf Al Qardawi", Al-'Adalah, Vol. 5:1 (Juni:2020).

Hardilawati, Wan Laura, dkk, "Endorsement: Media Pemasaran Masa Kini", JIM UPB, Vol. 7:1 (2019), hal. 90

Ichsan, Muhammad dan Erna Dewi, “*Analisis Pendapat Yusuf Qardhawi Mengenai Zakat Kekayaan Investasi*,” Jurnal Islamic Circle, Vol. 2:1 (Juni 2021), hlm. 107-108.

Masyhuri dan Mutmainnah, “*Zakat Profesi Menurut Pandangan Yusuf Al Qardhawi*,” Jurnal Pemikiran dan Ilmu Keislaman, Vol. 4:1 (Maret 2021), hlm. 130-134

Saprida, “*Zakat Profesi Menurut Pandangan Yusuf Qardhawi*,” Jurnal of Economica Sharia, Vol. 2:1 (Agustus 2016), hlm. 51-53.

Sundawa, Yusti Amelia dan Wulan Trigartanti, “*Fenomena Content Creator di Era Digital*”, Jurnal Prosiding Hubungan Masyarakat, Vol 4:2 (2017-2018), hlm. 438.

SKRIPSI

Alawiyah, Nayli, “*Analisis Pemahaman Pelaksanaan Zakat Penghasilan Influencer Instagram Menurut Hukum Islam di Jepara*”, Skripsi Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Walisongo Semarang, 2021.

Jaya, Dian Burdi, “*Penghasilan Youtubers Sebagai Objek Zakat Profesi (Analisis tentang Mål Mustafad sebagai Penghasilan Profesi di Kalangan Youtubers Aceh)*”, Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh, 2020.

Latifah, Faridatul, “*Zakat profesi perspektif Yusuf Al-Qaradawi dan Didin Hafidhuddin*”, Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2010.

Sari, Livia Trijunita, “*Analisis Hukum Islam Tentang Zakat Profesi Selebgram Dari Penghasilan Endorsmen*”, Skripsi Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020.

Yusuf, Muhammad, “*Hukum Zakat bagi Pelaku Bisnis dengan Aplikasi Youtuber (Youtuber) Tinjauan Hukum Zakat Yusuf Qardhawi*”, Skripsi Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2019.

TESIS

Wahyudi, Feri Eko, “*Studi Komparatif Pemikiran Zakat Profesi Yusuf al-Qaradhwai dan Majelis Ulama Indonesia (MUI)*”, Tesis Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2020.

WEBSITE

Annisa Ayu Artanti, “Profesi Content Creator Digandrungi Anak Muda, Apa Itu?,” <https://www.medcom.id/ekonomi/bisnis/nbwDg3Dk-profesi-content-creator-digandrungi-anak-muda-apa-itu#:~:text=Jakarta%3A%20Perkembangan%20teknologi%20dan%20internet,menciptakan%20ekosistem%20kerja%20yang%20baru.,> akses 7 Juni 2023 pukul 22.50.

Arista Prianka Putri, “Celebrity Endorsement dan Influencer Marketing, Serupa Namun Tak Sama,” <https://contendr.co.id/blog/celebrity-endorsement-dan-influencer-marketing-serupa-namun-tak-sama#:~:text=Berbeda%20dengan%20celebrity%20endorsement%20yang,sehingga%20isi%20kontennya%20lebih%20jujur.,> akses 7 Juli 2023 pukul 22.21.

Baznaz, “Nishab dan Kadar Zakat Penghasilan,” <https://baznas.go.id/zakatpenghasilan>, akses 31 Mei 2023 pukul 20.29.

Baznas, “Tentang Zakat Penghasilan”, Baznas.go.id, diakes 13 Mei 2025 pukul 14.14

CNN Indonesia, “Indonesia Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia, kalahkan AS hingga Rusia”, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20241007094807-192-1152374/indonesia-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia-kalahkan-as-hingga-rusia>, 6 Mei 2025 pukul 19.01

Garuda Website, “Data Pengguna TikTok di Indonesia 2024 Update Terbaru”, <https://www.garuda.website/blog/data-pengguna-tiktok-di-indonesia-2024/>, akses pada 27 Mei 2025

Ikhsan, “Apa itu era disrupti? Berikut contoh dan cara menghadapinya,” <https://sasanadigital.com/apa-itu-era-disrupti-digital-dan-teknologi/>, akses 30 Maret 2024 Pukul 00.36.

Influencer marketing, “segini harga endors influencer berdasarkan jumlah followers” <https://www.ice.id/article/influencer-marketing/harga-endorse-sesuai-followers>, diakses pada 30 April 2025 pukul 19.59

Isna Rifka, “Berbeda dengan pekerjaan, Apa itu Profesi?,” <https://money.kompas.com/read/2022/01/03/210000526/berbeda-dengan-pekerjaan-apa-itu-profesi-#:~:text=Kesimpulannya%2C%20apa%20yang%20dimaksud%20dengan,pilot%2C%20bidan%2C%20dan%20lainnya.,> akses 7 Juni 2023 pukul 22.29.

Karirlab Team, “5 skill yang perlu kamu miliki sebagai seorang content creator”, <https://karirlab.co/article/career-guide-specific-role/menggali-potensi-menjadi-seorang-content-creator>, diakses pada 1 mei 2025 pukul 14.52

Muhamad Iqbal, “Konten Adalah: Pengertian Menurut Para Ahli, Jenis, dan Etika Membuat Konten (2022)”, <https://lindungihutan.com/blog/pengertian-konten-adalah/>, akses 31 juli 2024 17.28

NU Online, “Tafsir Surah At-Taubah ayat 103: Zakat sebagai Penyuci Jiwa”, <https://islam.nu.or.id/tafsir/tafsir-surat-at-taubah-ayat-103-zakat-sebagai-penyuci-jiwa-e7pH6>, diakses pada 27 Mei 2025

Punto Wicaksono, “Mengenal arti Konten dan Jenis-jenisnya”, <https://www.qubisa.com/article/arti-konten-dan-jenis-konten>, akses 31 Juli 2024 pukul 16.05.

Revi Yudhistira, “Disrupsi di Dunia Digital,” , <https://kumparan.com/dryudhiii/disrupsi-di-dunia-digital-1v1Vj4EavGS/3>, akses 10 Mei 2023 Pukul 20.11.

Revou.co, “Apa itu endors? Pengertian dan contoh,” <https://revou.co/kosakata/endorse#:~:text=Apakah%20endorse%20itu%20bayar%3F,endorsement%20menetapkan%20rate%20bayarannya%20sendiri>, akses 31 Mei 2023 pukul 19.35.

Tim Detikcom, "Apakah Penghasilan YouTuber Wajib Zakat? Ini Penjelasan MUI," <https://news.detik.com/berita/d-5739212/apakah-penghasilan-youtuber-wajib-zakat-ini-penjelasan-mui/2>, akses 30 Januari 2023 pukul 14.50.

Tim Dokumentasi Jakarta School of photography, <https://jsp.co.id/5-skill-yang-dibutuhkan-content-creator/>, diakses pada 30 April 2025 pukul 21.13

HASIL WAWANCARA

Inisial AGD pada tanggal 1 Mei 2025 pukul 20.26

Inisial ARD pada tanggal 4 Mei 2025 pukul 23.36

Inisial LDN pada tanggal 4 Mei 2025 pukul 15.32

Inisial LTC pada tanggal 4 Mei 2025 pukul 15.00

Inisial SS pada tanggal 30 April 2025 pukul 19.43