

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Zakat adalah salah satu rukun Islam yang memiliki dimensi spiritual dan sosial yang sangat kuat. Selain sebagai kewajiban ibadah, zakat juga berfungsi sebagai instrumen distribusi kekayaan dan pengentasan kemiskinan dalam masyarakat. Dalam konteks modern, perkembangan teknologi telah mengubah pola kepemilikan dan perolehan harta, sehingga konsep zakat tidak lagi terbatas pada aset fisik semata. Penghasilan dari produk digital seperti konten kreatif, iklan media sosial, dan jasa daring kini menjadi bagian dari sumber pendapatan yang signifikan, terutama di kalangan *influencer* muslim yang aktif di berbagai platform digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok.¹ Di Indonesia, dasar hukum zakat penghasilan secara normatif telah diatur melalui Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 3 Tahun 2003, yang menyatakan bahwa setiap penghasilan yang halal dan telah mencapai nishab wajib dizakati sebesar 2,5%. Penghasilan yang dimaksud mencakup gaji, honorarium, upah, jasa, dan bentuk penghasilan lainnya, termasuk pendapatan digital yang dihasilkan melalui aktivitas komersial di platform daring.² Dengan demikian, *influencer* yang memperoleh penghasilan dari kerja sama brand, iklan, dan konten berbayar termasuk dalam kategori muzakki apabila pendapatannya mencapai nishab yang ditentukan, yaitu setara dengan 85gram emas per tahun.

Perkembangan teknologi digital pada era modern telah mengubah secara fundamental pola interaksi sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat global. Transformasi ini ditandai dengan lahirnya berbagai profesi baru yang

¹ Luhung Nurhakim and Siti Budimansyah, “Kajian Pustaka tentang Kontribusi Zakat dalam Mengatasi Kemiskinan di Kalangan Umat Islam Modern,” *JIIIC: Jurnal Intelek Insan Cendikia* 1, no. 7 (2024): 3047–7824.

² As’adi, “Analisis Standar Perhitungan Zakat Profesi pada Baitul Mal Aceh,” *Jurnal Ilmiah Guru Madrasah* 4, no. 1 (2025): 223–242.

berbasis pada kreativitas dan pemanfaatan teknologi informasi, salah satunya adalah profesi *influencer*. Melalui media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan platform digital lainnya, individu kini dapat membangun personal branding dan menjadikannya sebagai sumber penghasilan utama. Profesi ini tidak lagi sekadar aktivitas hiburan, tetapi telah menjadi bagian penting dalam sistem ekonomi digital modern. Seorang *influencer* berperan sebagai pembuat konten, penggerak opini publik, pengiklan produk, bahkan figur moral yang mampu memengaruhi gaya hidup masyarakat luas. Perubahan ini menandai bergesernya orientasi ekonomi dari yang semula berbasis produksi fisik menuju ekonomi berbasis informasi dan perhatian publik (*attention economy*).³ Fenomena berikut melahirkan persoalan baru dalam ranah hukum Islam, khususnya dalam konteks kewajiban zakat. Sebagaimana diketahui, zakat merupakan salah satu rukun Islam yang memiliki fungsi sosial dan spiritual, yaitu untuk menyucikan harta, menumbuhkan solidaritas sosial, dan mengurangi kesenjangan ekonomi antarumat. Dalam konteks hukum positif Islam di Indonesia, zakat penghasilan telah diatur secara normatif dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 3 Tahun 2003 tentang Zakat Penghasilan, yang menegaskan bahwa setiap pendapatan yang diperoleh dari pekerjaan halal, baik secara rutin maupun tidak, wajib dizakati apabila telah mencapai nisab dan haul.

Namun, ketentuan tersebut masih bersifat umum dan belum secara eksplisit menjangkau bentuk profesi baru di dunia digital, seperti *influencer*, content creator, atau streamer, yang karakteristik penghasilannya berbeda dari profesi konvensional seperti pegawai, pedagang, atau tenaga profesional.⁴ Dalam realitas sosial keagamaan, munculnya profesi digital menghadirkan tantangan baru dalam penentuan status zakat. Sumber penghasilan seorang *influencer* tidak hanya berasal dari gaji tetap, tetapi

³ Helmi Hamdan, "Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri pada Kewirausahaan Demi Kemandirian Ekonomi," *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis* 3, no. 2 (2018): 1–8, <https://doi.org/10.29407/nusamba.v3i2.12142>.

⁴ Alif Ashar, "Tinjauan Yuridis Penerapan Kewajiban Zakat Profesi Menurut Hukum Positif dan Fiqh Zakat Kontemporer," *Jurnal Hukum dan Humaniora* 1, no. 1 (2025): 1–10.

juga dari berbagai bentuk pendapatan lain seperti kerja sama promosi (*endorsement*), iklan digital (*adsense*), monetisasi konten, dan penjualan produk digital. Variasi sumber penghasilan tersebut menjadikan perhitungan nisab dan haul zakat tidak sesederhana profesi tradisional.⁵ Oleh karena itu, muncul pertanyaan penting tentang bagaimana hukum zakat profesi diterapkan terhadap penghasilan dari dunia digital yang bersifat fluktuatif dan tidak terikat oleh kontrak kerja formal. Dalam konteks ini, *influencer* muslim menempati posisi yang unik. Mereka bukan hanya pelaku ekonomi digital, tetapi juga figur publik yang memiliki pengaruh moral dan religius. Melalui konten-konten dakwah dan edukasi, para *influencer* muslim berperan menyebarkan nilai-nilai Islam kepada masyarakat luas. Contohnya, Hanan Attaki dengan narasi dakwah yang menyentuh kalangan muda, Ustazah Oki Setiana Dewi yang konsisten membawakan pesan-pesan keIslaman dan keperempuanan, serta Habib Husein Ja'far Al Hadar yang dikenal dengan pendekatan dakwah humanis dan moderat di platform digital.

Ketiganya menunjukkan bagaimana profesi *influencer* tidak hanya berorientasi ekonomi, tetapi juga memiliki dimensi dakwah dan tanggung jawab sosial.⁶ Namun demikian, karena aktivitas mereka juga menghasilkan pendapatan yang signifikan, timbul pertanyaan etis dan yuridis: apakah penghasilan dari aktivitas dakwah digital, iklan, dan kolaborasi komersial termasuk dalam kategori penghasilan yang wajib dizakati? Bagaimana pandangan ulama terhadap fenomena ini dalam kerangka hukum zakat profesi?

Persoalan ini menjadi semakin kompleks ketika dikaitkan dengan *maqāṣid al-syarī'ah*, yaitu tujuan utama dari penerapan hukum Islam yang meliputi perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dalam

⁵ Icha Tiara et al., "Pemungutan Pajak Penghasilan terhadap Jasa Endorsement Konten Kreator Digital," *Prosiding Seminar Hukum Aktual* 1, no. 1 (2024): 198–213.

⁶ Dhurrotun Nafisah, "The Role of Ning Influencer in Realizing Religious Moderation on Social Media," *Jurnal Studi Sosial Keagamaan Syekh Nurjati* 3, no. 2 (2023): 246–258, <https://doi.org/10.24235/sejati.v3i2.69>.

konteks zakat profesi digital, tantangan utamanya terletak pada bagaimana hukum zakat dapat beradaptasi terhadap perkembangan sosial-ekonomi modern tanpa mengabaikan prinsip-prinsip keadilan dan keseimbangan. Menurut Yusuf al-Qardhawi, zakat profesi merupakan bentuk pengembangan dari zakat *al-kasb al-halāl*, yaitu zakat atas pendapatan halal yang diperoleh melalui kemampuan dan keahlian seseorang. Dengan demikian, penghasilan para *influencer* muslim yang bersumber dari aktivitas halal dan profesional di dunia digital termasuk dalam kategori yang dapat dikenakan zakat, selama memenuhi syarat nisab dan haul.⁷ Namun, dalam praktiknya masih terdapat perbedaan pandangan di kalangan ulama dan lembaga zakat. Sebagian berpendapat bahwa zakat profesi *influencer* dapat dianalogikan dengan zakat penghasilan pegawai atau pekerja profesional, sementara yang lain menilai bahwa perlu ada ijtihad baru yang lebih sesuai dengan karakter ekonomi digital yang tidak stabil dan bergantung pada *algoritma platform*. Di Indonesia sendiri, lembaga seperti BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) belum memiliki pedoman teknis yang komprehensif mengenai perhitungan zakat profesi bagi pelaku digital. Akibatnya, banyak *influencer* muslim yang masih kebingungan dalam menentukan dasar hukum, jumlah zakat, serta mekanisme penunaian yang sesuai dengan prinsip syariah.⁸ Penelitian ini menjadi relevan dan penting dilakukan karena selama ini kajian mengenai zakat profesi masih lebih banyak menyoroti profesi konvensional, seperti dokter, dosen, pegawai, atau pengusaha, sedangkan sektor digital justru berkembang pesat dan belum banyak mendapat perhatian dalam perspektif hukum zakat.

Padahal, jika ditinjau dari potensi ekonomi, profesi *influencer* memiliki pengaruh besar terhadap perputaran ekonomi digital umat Islam di Indonesia. Berdasarkan data We Are Social pada tahun 2024, lebih dari 212

⁷ Haekal Raihan, “Pengentasan Kemiskinan dan Implementasinya di Indonesia (The Study of Yusuf Qardhawi’s Thoughts on Poverty Alleviation and Its Implementation in Indonesia)” (Disertasi Doktorat, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2024).

⁸ An Nabilatus Sa’diyyah, “Analisis Implementasi Marketing Mix Pedagang Tradisional dalam Menghadapi Perkembangan E-commerce (Studi pada Pedagang di Pasar Pagi Kota Tegal)” (Skripsi Sarjana, Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2025).

juta penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial, dan sebagian besar di antaranya terpapar konten yang dihasilkan oleh *influencer*. Dengan kata lain, profesi ini memiliki potensi ekonomi dan sosial yang besar, sekaligus tanggung jawab keagamaan yang perlu dikaji dari sudut pandang hukum zakat.⁹ Dari sisi akademik, penelitian ini memiliki urgensi teoretis karena berupaya memperluas cakupan kajian hukum zakat agar dapat beradaptasi dengan dinamika ekonomi digital. Sementara dari sisi praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi lembaga pengelola zakat seperti BAZNAS dalam merancang model perhitungan dan edukasi zakat profesi yang sesuai dengan perkembangan zaman. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pencerahan bagi para *influencer* muslim dalam menunaikan kewajiban zakatnya secara benar dan proporsional. Penelitian ini pada akhirnya diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan ilmu hukum ekonomi syariah, memperkaya wacana zakat kontemporer, serta menjadi pijakan bagi perumusan kebijakan zakat profesi di sektor digital. Lebih jauh, kajian ini juga diharapkan dapat memperkuat kesadaran umat Islam akan pentingnya menunaikan zakat sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan spiritual, khususnya bagi mereka yang memperoleh rezeki melalui jalur profesi modern seperti *influencer*. Dengan demikian, zakat tidak hanya dipahami sebagai kewajiban ritual, tetapi juga sebagai instrumen transformasi sosial menuju keadilan dan kesejahteraan umat di era digital.

Fenomena munculnya profesi *influencer* muslim menandai pergeseran besar dalam lanskap ekonomi kreatif berbasis digital di Indonesia. *Influencer* tidak hanya berperan sebagai penggerak tren sosial, tetapi juga menjadi aktor ekonomi yang menghasilkan pendapatan signifikan dari promosi, kolaborasi merek, dan monetisasi konten. Namun, meskipun profesi ini telah menjadi salah satu sumber penghasilan utama generasi muda muslim, kesadaran dan pemahaman mereka terhadap kewajiban zakat

⁹ Nanda Rizki Azzahra, "Studi Eksplorasi Pengaruh Influencer Instagram terhadap Niat dan Keputusan Pembelian Konsumen," *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 24, no. 2 (2021): 167–186.

profesi masih rendah. Sebagian besar *influencer* belum memahami bagaimana perhitungan nishab dan haul diterapkan dalam konteks pendapatan digital yang fluktuatif dan tidak selalu bersifat rutin. Ketidaktahuan ini menimbulkan kesenjangan antara hukum normatif zakat dengan realitas sosial yang sedang berkembang. Fatwa MUI Nomor 3 Tahun 2003 sebenarnya sudah cukup komprehensif dalam menjelaskan prinsip umum zakat penghasilan, tetapi belum secara spesifik menyoroti profesi modern seperti *influencer*, content creator, atau streamer digital yang penghasilannya berasal dari berbagai sumber dan platform.¹⁰ Akibatnya, banyak pelaku industri digital yang menunaikan zakat secara tidak sistematis, bahkan ada yang hanya menyalurkan sebagian kecil penghasilannya dalam bentuk sedekah tanpa memperhitungkan nishab dan haul secara tepat. Perkembangan fenomena ini semakin kompleks seiring dengan kemajuan teknologi dan digitalisasi ekonomi. *Influencer* muslim kini memanfaatkan berbagai kanal untuk memonetisasi konten seperti YouTube Ads, TikTok Shop, hingga layanan berlangganan digital.

Hal ini menimbulkan pertanyaan fikih baru: apakah pendapatan digital yang tidak tetap harus dihitung secara kumulatif per tahun, atau dapat dizakati setiap kali mencapai nishab bulanan? Beberapa ulama modern berpendapat bahwa zakat profesi dapat dibayarkan secara proporsional ketika pendapatan diterima, tanpa menunggu haul penuh, sebagai bentuk *ihthyath* (kehati-hatian) dalam menunaikan kewajiban syariah.¹¹ Selain persoalan nishab dan haul, aspek distribusi dan pengelolaan zakat profesi *influencer* juga menjadi tantangan tersendiri. Lembaga zakat seperti BAZNAS dan LAZ belum memiliki sistem pencatatan khusus untuk jenis pendapatan digital. Meskipun *digital fundraising* telah diterapkan melalui website, e-wallet, dan *platform crowdfunding*, sistem pengawasan dan

¹⁰Ahmad Farid, Syaifullah, and K. Vijaya Manda, "Public Communication and Policy Implementation: A Case Study on MUI's Zakat Policy for YouTubers and Instagram Influencers," *El-Hekam: Jurnal Studi KeIslaman* 9, no. 2 (2024): 193–203, <https://doi.org/10.31958/jeh.v9i1.13282>.

¹¹ Hakim, Faisol, and Harapandi Dahri. "Islam di Media Sosial sebagai Komodifikasi dan Implikasinya terhadap Pendidikan Islam." *Andragogi: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran* 5.1 (2025): 187-206.

verifikasi terhadap muzakki *influencer* masih bersifat umum dan belum berbasis analisis profesi. Kondisi ini memperlihatkan perlunya inovasi kebijakan dan pembaruan regulasi agar lembaga zakat mampu merespons perkembangan ekonomi digital dengan efektif. Kajian terhadap zakat profesi *influencer* juga tidak dapat dilepaskan dari aspek etika dan keadilan sosial. Profesi *influencer* membawa pengaruh besar terhadap gaya hidup umat Muslim, sehingga keterlibatan mereka dalam zakat memiliki nilai moral tersendiri. *Influencer* muslim diharapkan tidak hanya menunaikan kewajiban zakat sebagai ibadah personal, tetapi juga menjadi teladan dalam literasi zakat digital yang dapat menginspirasi pengikutnya.

Dengan begitu, zakat tidak sekadar menjadi mekanisme distribusi harta, tetapi juga sarana dakwah sosial yang memperkuat solidaritas umat di era digital. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan normatif-kualitatif, dengan menelaah dalil syar'i, fatwa keagamaan, serta regulasi nasional terkait zakat penghasilan. Di sisi lain, penelitian lapangan dilakukan melalui wawancara mendalam dengan ulama akademik, ulama klasik pesantren (klasik), serta tokoh MUI yang terlibat dalam fatwa zakat baik itu sebagai ulama klasik maupun akademik. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana hukum zakat diterjemahkan dalam praktik, khususnya pada profesi *influencer* muslim yang menjadi fenomena baru dalam ekonomi digital.¹² Dengan mengkaji pandangan dari berbagai otoritas keagamaan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan konsep desain zakat profesi di era digital modern, yang tidak hanya berbasis teks normatif tetapi juga mempertimbangkan realitas sosial dan ekonomi kontemporer. Temuan penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori zakat profesi dan menawarkan rekomendasi kebijakan kepada MUI serta lembaga zakat untuk memperbaharui panduan zakat bagi profesi digital. Dengan demikian, zakat profesi *influencer* tidak hanya menjadi wacana baru, tetapi juga praktik nyata yang menegakkan nilai keadilan dan

¹² Muh. Qayyum, "Konstruksi Zakat Profesi Menurut Yusuf Al-Qardhawi dan Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI)" (Disertasi Doktorat, Universitas Islam Negeri Palopo, 2025).

keberlanjutan ekonomi umat di era digital.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah

a. Wilayah Kajian

Penelitian ini berada dalam ranah Hukum Ekonomi Syariah, khususnya pada aspek hukum zakat kontemporer yang berfokus pada zakat profesi di era digital modern. Kajian ini menyoroti fenomena penghasilan *influencer* muslim sebagai bentuk profesi baru dalam ekonomi digital yang belum diatur secara spesifik dalam ketentuan zakat penghasilan. Berdasarkan Fatwa MUI No. 3 Tahun 2003, setiap penghasilan yang halal dan telah mencapai nisab wajib dizakati sebesar 2,5%, namun penerapannya terhadap profesi digital seperti *influencer*, kreator konten, dan streamer masih belum jelas secara hukum maupun praktik.

Oleh karena itu, penelitian ini mengidentifikasi beberapa masalah utama, yakni belum adanya ketentuan zakat yang spesifik untuk profesi digital, ketidakjelasan metode penentuan nisab dan haul bagi penghasilan fluktuatif, serta rendahnya pemahaman dan kesadaran *influencer* muslim terhadap kewajiban zakat. Di samping itu, lembaga zakat juga belum memiliki desain sistem penghimpunan yang adaptif terhadap profesi digital. Penelitian ini bertujuan menggali pandangan ulama baik akademik, pesantren (klasik), maupun MUI untuk menemukan desain zakat profesi yang kontekstual dan aplikatif bagi penghasilan *influencer* muslim di era digital modern.

b. Jenis Masalah

Jenis masalah yang diangkat dalam penelitian ini berkaitan dengan ketidakjelasan penerapan zakat profesi di era digital modern, khususnya terhadap penghasilan yang diperoleh *influencer* muslim dari aktivitas di media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan platform digital lainnya. Meskipun Fatwa Majelis Ulama

Indonesia (MUI) Nomor 3 Tahun 2003 telah menetapkan bahwa setiap penghasilan yang halal dan mencapai nisab wajib dizakati sebesar 2,5%, namun fatwa tersebut belum secara spesifik menjelaskan mekanisme zakat bagi profesi digital yang memiliki karakteristik pendapatan fluktuatif dan tidak tetap. Kondisi ini menimbulkan ketidakpastian normatif dan perbedaan interpretasi di kalangan ulama maupun pelaku ekonomi digital. Masalah ini muncul karena hingga saat ini belum ada kesepakatan ulama dan lembaga zakat mengenai klasifikasi penghasilan *influencer* muslim apakah termasuk ke dalam zakat profesi, zakat tijarah (perdagangan jasa), atau bentuk baru zakat digital. Di sisi lain, banyak *influencer* muslim yang belum memahami secara mendalam kewajiban zakat atas penghasilan non-fisik yang diperoleh dari kerja sama digital, iklan, atau monetisasi konten. Situasi ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara regulasi normatif dan praktik zakat digital di lapangan, yang berdampak pada rendahnya kesadaran serta implementasi zakat di kalangan profesi digital modern.

Adapun tiga aspek utama yang menjadi perhatian dalam penelitian ini adalah:

- 1) Ketidakjelasan pemahaman *influencer* muslim terhadap konsep zakat profesi digital, termasuk cara menentukan nisab dan haul dari penghasilan media sosial yang bersifat fluktuatif.
- 2) Perbedaan pandangan ulama baik ulama akademik, ulama pesantren (klasik) mengenai kedudukan hukum dan metode penerapan zakat bagi profesi *influencer* muslim di era digital modern.
- 3) Kebutuhan desain zakat profesi yang kontekstual dan aplikatif, yang mampu mengakomodasi karakteristik ekonomi digital sekaligus sejalan dengan prinsip keadilan dan maqāṣid al-syarī'ah.

Dengan demikian, penelitian ini berupaya menjawab problem konseptual dan praktis mengenai bagaimana zakat profesi dapat

dirancang dan diterapkan secara relevan dalam konteks penghasilan digital, serta bagaimana pandangan para ulama dapat menjadi dasar penyusunan desain zakat profesi modern yang sesuai dengan dinamika masyarakat muslim saat ini.

2. Pembatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada kajian zakat profesi yang bersumber dari penghasilan *influencer* muslim di era digital modern, dengan fokus utama pada pandangan ulama terhadap implementasi zakat profesi digital. Batasan ini ditetapkan agar penelitian lebih terarah dan sistematis dalam menganalisis hubungan antara hukum zakat kontemporer dan fenomena profesi baru yang muncul akibat perkembangan teknologi informasi dan media sosial. Meskipun Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor 3 Tahun 2003 telah menegaskan kewajiban zakat sebesar 2,5% atas setiap penghasilan halal yang mencapai nisab, namun penghasilan yang diperoleh dari aktivitas digital seperti endorsement, iklan, dan monetisasi konten masih belum dibahas secara eksplisit dalam ketentuan tersebut. Oleh sebab itu, penelitian ini dibatasi pada profesi *influencer* muslim yang memperoleh penghasilan dari aktivitas digital di platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan media sosial lainnya, tanpa membahas profesi digital secara umum seperti *desainer*, *freelancer*, atau pelaku UMKM. Penelitian ini juga tidak bertujuan untuk menetapkan hukum baru, melainkan menggali pandangan dan interpretasi ulama terhadap penerapan zakat profesi dalam konteks digital modern. Periode kajian difokuskan pada konteks kontemporer di mana profesi *influencer* muslim berkembang pesat sebagai bagian dari ekonomi kreatif digital. Aspek utama yang diteliti meliputi: (1) pemahaman para *influencer* muslim terhadap kewajiban zakat profesi; (2) pandangan dan argumentasi ulama akademik, ulama pesantren (klasik), serta ulama MUI mengenai zakat profesi digital; dan (3) upaya merumuskan desain zakat profesi yang relevan dengan karakteristik penghasilan *influencer* di era digital modern. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan batas analisis yang jelas

antara norma fiqh zakat klasik dan realitas ekonomi digital yang terus berkembang.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana pandangan ulama akademik dan ulama kalsik (pesantren (klasik)) terhadap *influencer* sebagai wajib zakat?
- b. Bagaimana desain zakat profesi terhadap *influencer* berdasarkan pandangan ulama ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dan manfaat yang hendak dicapai peneliti dalam penelitian diantaranya:

1. Untuk mengetahui pandangan ulama akademik dan kalsik (pesantren (klasik)) terhadap *influencer* terhadap wajib zakat.
2. Untuk memahami Bagaimana desain zakat profesi terhadap *influencer* berdasarkan pandangan ulama.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting dalam pengembangan ilmu Hukum Ekonomi Syariah, khususnya pada aspek hukum zakat kontemporer yang berkaitan dengan profesi di era digital. Kajian ini memperkaya pemahaman akademik mengenai desain zakat profesi yang relevan dengan perkembangan ekonomi kreatif dan profesi digital, seperti *influencer* muslim. Selain itu, penelitian ini juga berperan dalam memperluas tafsir terhadap Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 3 Tahun 2003 tentang Zakat Penghasilan (MUI, 2003), dengan mengaitkannya pada konteks penghasilan non-fisik yang bersumber dari aktivitas media sosial dan platform digital. Dengan

demikian, penelitian ini dapat menjadi referensi teoretis dalam merumuskan model konseptual zakat profesi digital yang sesuai dengan prinsip *maqāṣid al-syarī'ah* dan keadilan sosial Islam.

2. Secara Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai kalangan. Bagi ulama dan akademisi, penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan dalam mengembangkan ijtihad kontemporer mengenai penerapan zakat profesi di sektor digital. Bagi *influencer* muslim dan pelaku ekonomi kreatif, hasil penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman mengenai kewajiban zakat atas penghasilan digital sebagai bentuk tanggung jawab spiritual dan sosial. Sementara itu, bagi lembaga pengelola zakat seperti BAZNAS, LAZ, dan MUI, temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merancang strategi penghimpunan dan edukasi zakat profesi digital, agar lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan pola pendapatan baru di era digital modern.

E. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan perbandingan bagi peneliti dan untuk mendukung kelengkapan dalam skripsi ini, maka peneliti akan menyampaikan beberapa karya yang mungkin terkait dengan skripsi yang akan dibahas, diantaranya sebagai berikut:

1. Titin Tri Hartini menulis penelitian dengan judul “*Analysis of Islamic Law Regarding Zakat of TikTok Celebrate Profession from Endorsement Income*” pada tahun 2023. Penelitian ini berfokus pada kajian hukum Islam terhadap kewajiban zakat profesi yang berasal dari pendapatan endorsement para selebritas TikTok (TikTok celebrity). Hartini menganalisis pendapatan dari aktivitas digital tersebut melalui pendekatan fikih zakat profesi (*al-māl al-mustafād*) dengan meninjau ketentuan Fatwa MUI No. 3 Tahun 2003 tentang Zakat Penghasilan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penghasilan *influencer* TikTok memiliki kesamaan karakteristik dengan profesi profesional lain seperti

artis atau pengusaha jasa, karena bersumber dari kerja dan jasa, bukan dari kepemilikan modal. Oleh karena itu, zakat atas penghasilan tersebut wajib dikeluarkan sebesar 2,5% jika telah mencapai nisab dan haul. Namun, ditemukan bahwa banyak pelaku belum menyadari kewajiban tersebut karena belum adanya sosialisasi khusus tentang zakat profesi digital. Persamaan penelitian Hartini dengan skripsi yang penulis susun terletak pada fokus yang sama-sama membahas zakat profesi *influencer* dalam konteks ekonomi digital serta menjadikan Fatwa MUI No. 3 Tahun 2003 sebagai dasar hukum. Perbedaannya terletak pada pendekatan: penelitian Hartini menelaah praktik zakat pada satu platform media sosial tertentu (TikTok), sedangkan penelitian yang penulis lakukan berfokus pada desain zakat profesi digital secara konseptual, dengan menelaah pandangan para ulama terhadap profesi *influencer* muslim secara umum di era digital modern.¹³

2. Mala Hayati Husnin dan Parida Angriani menulis penelitian berjudul “*Pengelolaan Zakat Profesi Influencer Selebgram dari Penghasilan Endorsement (Studi Kasus: Baznas Kota Mataram)*” pada tahun 2023. Penelitian ini menelaah mekanisme penghimpunan dan penyaluran zakat profesi *influencer* oleh Baznas Kota Mataram, khususnya terhadap selebgram yang memperoleh penghasilan dari endorsement dan paid promote. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Baznas Mataram telah berupaya mengintegrasikan zakat profesi digital melalui pendekatan edukatif, namun tingkat partisipasi *influencer* masih rendah akibat minimnya pemahaman dan belum adanya panduan khusus mengenai zakat profesi digital. Peneliti juga menemukan bahwa sebagian *influencer* lebih memilih menyalurkan sedekah langsung kepada pengikut mereka daripada membayar zakat melalui lembaga resmi. Persamaan penelitian Husnin dan Angriani dengan skripsi yang penulis susun terletak pada kesamaan tema zakat profesi bagi *influencer*

¹³ Titin Tri Hartini, “Islamic Law Analysis of Tiktok Celebrity about Zakat Profesi from Endorsment Income,” *Proceeding of 3rd International Conference on Implementing Religious Values on Transdisciplinary Studies for Human Civilization (SAIZU ICON-TREES)* (2023): 315–322, <https://doi.org/10.24090/icontrees.2023.322>

muslim serta fokus pada penghasilan digital dari endorsement. Namun perbedaannya cukup mendasar: penelitian mereka bersifat empiris kelembagaan yang menitikberatkan pada peran Baznas dalam mengelola zakat profesi *influencer*, sedangkan penelitian penulis lebih bersifat konseptual normatif, yaitu merancang desain zakat profesi modern melalui studi pandangan ulama tentang kewajiban zakat bagi *influencer* muslim di era digital.¹⁴

3. Abdul Azis, Ahmadi Hasan, dan Muhammad Haris menulis penelitian dengan judul “*Zakat Penghasilan dari Monetisasi YouTube dalam Perspektif Ulama di Kota Banjarmasin*” pada tahun 2023. Penelitian ini membahas pandangan ulama terhadap penghasilan YouTuber yang diperoleh melalui monetisasi konten digital. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan wawancara mendalam, penelitian ini mengungkap bahwa mayoritas ulama di Banjarmasin sepakat bahwa pendapatan dari YouTube termasuk kategori *al-māl al-mustafād* yang wajib dizakati apabila telah mencapai nisab dan haul, dengan kadar 2,5%. Namun, sebagian ulama masih memperdebatkan waktu pengeluaran zakat karena sifat penghasilan digital yang fluktuatif dan tidak tetap. Persamaan penelitian Azis dkk. dengan skripsi penulis terletak pada penggunaan pendekatan normatif kualitatif dan kajian terhadap pandangan ulama mengenai profesi digital. Perbedaannya, penelitian Azis dkk. berfokus pada satu jenis profesi digital (YouTuber) di wilayah lokal tertentu, sedangkan penelitian penulis lebih luas mengkaji beragam pandangan ulama terhadap profesi *influencer* muslim secara umum, serta berupaya merumuskan desain zakat profesi digital yang adaptif dengan karakteristik ekonomi konten modern.¹⁵

¹⁴ Husnin, Mala Hayati, and Parida Angriani. "Pengelolaan Zakat Profesi Influencer Selebgram Dari Penghasilan Endorsement (Studi Kasus: Baznas Kota Mataram)." *Buletin Hukum Ekonomi Syariah* 3.01 (2025).

¹⁵ Abdul Azis, Akhmad Hasan, and Muhammad Haris, "Zakat Penghasilan Dari Monetisasi Youtube Dalam Perspektif Ulama Di Kota Banjarmasin," *Titik Karya: Jurnal Sosial dan Humaniora Kontemporer* 1, no. 01 (2023): 19–26, <https://doi.org/10.70345/tikar.v1i01.13>.

4. Image Novita Nurus Sa'adah menulis penelitian dengan judul "*Analisis Masalah Mursalah Terhadap Zakat Profesi dari Penghasilan Konten Kreator*" pada tahun 2022. Penelitian ini berupaya menafsirkan kewajiban zakat profesi dari sudut pandang konsep masalah mursalah, yaitu kemaslahatan yang tidak disebutkan secara eksplisit dalam nash tetapi tetap sesuai dengan prinsip syariah. Sa'adah menilai bahwa profesi konten kreator di era digital memiliki potensi ekonomi besar dan oleh karena itu termasuk objek zakat penghasilan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan zakat profesi pada konten kreator membawa kemaslahatan sosial karena mampu mengalirkan sebagian kekayaan digital kepada masyarakat yang membutuhkan. Namun, tantangan utamanya adalah penentuan waktu zakat (haul) dan kestabilan pendapatan. Persamaan penelitian Sa'adah dengan skripsi penulis terletak pada kesamaan kajian terhadap profesi digital dan zakat profesi dalam konteks modern. Perbedaannya terletak pada landasan teoritis: penelitian Sa'adah berfokus pada pendekatan *maqāṣid al-syarī'ah* (masalah mursalah), sedangkan penelitian penulis lebih menekankan studi pandangan ulama kontemporer untuk merancang desain zakat profesi *influencer* muslim yang relevan dengan dinamika sosial ekonomi digital saat ini.¹⁶
5. Rahmadani, Husni A. Jalil, dan Rabab Khan menulis penelitian berjudul "*Legal Analysis of Zakat from the Income of Social Media Activists*" pada tahun 2022. Penelitian ini menganalisis dasar hukum zakat terhadap pendapatan para aktivis media sosial, seperti *influencer*, podcaster, dan konten kreator, berdasarkan prinsip *al-mal al-mustafād* dan fatwa zakat kontemporer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh bentuk pendapatan digital yang bersumber dari jasa promosi, sponsor, dan monetisasi termasuk kategori penghasilan yang wajib dizakati. Penelitian ini juga menyoroti perlunya pembaruan hukum zakat agar dapat mengakomodasi sumber penghasilan modern yang

¹⁶ Nurus Sa'adah et al., "*Analisis Masalah Mursalah terhadap Zakat Profesi dari Penghasilan Konten Kreator*," *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi* 3, no. 3 (2024): 689–700, <https://doi.org/10.61930/jebmak.v3i3.782>.

bersifat multi-sumber dan tidak tetap. Persamaan penelitian Rahmadani dkk. dengan skripsi yang penulis susun terletak pada objek yang sama, yaitu profesi *influencer* sebagai subjek zakat profesi digital, serta sama-sama menekankan pentingnya adaptasi hukum Islam terhadap perkembangan ekonomi digital. Perbedaannya, penelitian Rahmadani dkk. berfokus pada analisis hukum positif Islam dalam konteks global (internasional), sementara penelitian penulis diarahkan pada perumusan desain zakat profesi yang berbasis pandangan ulama Cirebon agar lebih kontekstual dengan kondisi *influencer* muslim di era digital modern.¹⁷

6. Dodon Alfiander menulis artikel "*From Content to Obligation: Adapting Zakat Law for Digital Creators*" pada tahun 2024. Artikel ini secara khusus mengkaji bagaimana hukum zakat bisa diadaptasi untuk penghasilan dari kreator digital seperti YouTuber dan Selebgram. Dengan pendekatan pustaka (*library research*) normatif, penelitian ini menelusuri fatwa dan pendapat ulama termasuk pendapat Yusuf al-Qardhawi untuk menentukan klasifikasi penghasilan digital sebagai *al-māl al-mustafād*, dan membandingkannya dengan ketentuan Fatwa MUI No.3 Tahun 2003. Hasilnya menunjukkan bahwa penghasilan *influencer* digital seharusnya dizakatkan jika memenuhi nisab, dan bahwa Fatwa MUI yang baru (Fatwa MUI No. 04 Tahun 2024 tentang Zakat YouTuber, Selebgram dan Pelaku Ekonomi Kreatif Digital Lainnya) memperjelas qiyasan nisab kepada emas dan perak. Persamaan penelitian ini dengan skripsi penulis terletak pada objek kajian yang sama profesi *influencer* atau kreator konten digital dan pada usaha mengaitkan praktik penghasilan digital dengan prinsip-prinsip zakat berdasarkan fatwa normatif. Namun demikian, terdapat perbedaan mendasar: penelitian ini bersifat teoretis normatif dan banyak menggunakan sumber pustaka serta fatwa, sementara skripsi

¹⁷ Rahmadani, H. A. Jalil, and R. Khan, "Legal Analysis of Zakat from The Income of Social Media Activities: A Study of the Theory of Al-Mal Al-Mustafad," *JURSTA: Jurnal Hukum dan Keadilan* 8, no. 2 (2024): 708–726, <https://doi.org/10.22373/jurista.v8i2.204>.

penulis diarahkan pada desain zakat profesi modern yang lebih praktis, melalui wawancara dengan ulama berbagai tipe dan mempertimbangkan kondisi fluktuatif, *multi-platform*, dan konteks lokal *influencer* muslim di era digital.¹⁸

7. Musa Ali menuliskan dalam penelitiannya yang berjudul “*Peran Teknologi Digital dalam Memudahkan Pengumpulan dan Distribusi Zakat di Era Modern*” menyoroti bagaimana pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi, transparansi, dan akuntabilitas dalam pengelolaan zakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus pada beberapa lembaga zakat yang telah mengimplementasikan sistem digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital, seperti aplikasi zakat, e-wallet, dan platform pembayaran daring, mampu mempermudah proses pengumpulan zakat serta mempercepat penyaluran dana kepada mustahik secara tepat sasaran dan real-time. Meski demikian, penelitian ini juga menemukan beberapa kendala, antara lain rendahnya literasi digital masyarakat dan masih terbatasnya infrastruktur teknologi di beberapa daerah, yang berdampak pada efektivitas digitalisasi zakat. Persamaan penelitian Musa Ali dengan penelitian yang penulis susun terletak pada fokus kajian terhadap modernisasi sistem zakat di era digital serta relevansinya dengan peran lembaga zakat seperti BAZNAS dalam mengoptimalkan pemanfaatan teknologi. Namun, perbedaan mendasar terletak pada arah kajiannya: penelitian Musa Ali menitikberatkan pada efektivitas dan tantangan implementasi teknologi digital dalam pengelolaan zakat secara institusional, sementara penelitian ini berfokus pada desain zakat profesi di era digital modern, khususnya dalam menelaah pandangan para ulama terhadap profesi *influencer* muslim sebagai fenomena ekonomi baru yang menuntut adaptasi hukum zakat kontemporer. Dengan demikian, penelitian Musa Ali menjadi landasan penting yang memperkaya konteks penelitian ini,

¹⁸ Alfiander, Dodon, et al. "From Content to Obligation: Adapting Zakat Law for Digital Creators." *Madania: Jurnal Kajian Keislaman* 28.2 (2024): 191-202.

terutama dalam memahami keterkaitan antara transformasi digital dan urgensi pembaruan konsep zakat profesi sesuai perkembangan zaman.¹⁹

8. Holilur Rahman menuliskan dalam penelitiannya yang berjudul "*Inovasi Pengelolaan Zakat di Era Digital (Studi Akses Digital dalam Pengumpulan Zakat)*" mengkaji bagaimana institusi amil zakat, khususnya Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), melakukan inovasi pengumpulan zakat dengan memanfaatkan perkembangan teknologi digital. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi pandemi COVID-19 yang mendorong perubahan perilaku masyarakat menuju sistem ekonomi digital. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, Rahman menemukan bahwa pengumpulan zakat melalui platform digital mampu meningkatkan partisipasi muzakki karena menawarkan kemudahan, efisiensi, serta transparansi dalam proses pembayaran zakat. Strategi yang diterapkan BAZNAS meliputi pemanfaatan *e-commerce*, *fintech*, media sosial, hingga pengembangan *artificial intelligence* seperti Zakat Virtual Assistant (Zavira). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi digital bukan hanya menjadi solusi teknis, tetapi juga bagian dari penerapan prinsip *maqāṣid al-syarī'ah* dalam menjaga keberlangsungan ibadah zakat di tengah perubahan zaman. Persamaan penelitian ini dengan skripsi yang penulis susun terletak pada fokus pembahasan mengenai zakat di era digital yang dikaji dalam perspektif hukum Islam dan pengelolaan zakat modern. Sementara perbedaannya terletak pada orientasi kajian: penelitian Rahman lebih menyoroti aspek kelembagaan dan strategi digitalisasi pengumpulan zakat oleh BAZNAS, sedangkan penelitian ini berfokus pada desain zakat profesi di era digital modern dengan menelaah pandangan para ulama terhadap kewajiban zakat bagi para *influencer* muslim. Dengan demikian, penelitian Holilur Rahman menjadi referensi penting untuk memahami bagaimana teknologi

¹⁹ Ali, Muhammad Musa. "The Role of Digital Technology in Facilitating Zakat Collection and Distribution in the Modern Era." *Ico Edusha* 5.1 (2024): 650-664.

digital dapat berperan sebagai instrumen efektif dalam optimalisasi.²⁰

9. Dhiauddin Tanjung menuliskan dalam penelitiannya yang berjudul *"Zakat Profesi di Indonesia: Integrasi antara Teori dan Praktik"* membahas secara komprehensif bagaimana konsep zakat profesi diterapkan dalam konteks hukum Islam dan realitas sosial di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengintegrasikan pemahaman teoretis zakat profesi berdasarkan dalil-dalil syar'i dan fatwa keagamaan dengan praktik pengelolaan zakat oleh lembaga resmi seperti BAZNAS dan LAZ. Melalui pendekatan normatif dan analisis deskriptif, penulis menjelaskan bahwa zakat profesi merupakan bentuk zakat kontemporer yang relevan dengan dinamika ekonomi modern, terutama bagi para pekerja profesional dan masyarakat dengan sumber penghasilan non-tradisional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun sudah ada landasan hukum yang kuat seperti Fatwa MUI No. 3 Tahun 2003 tentang Zakat Penghasilan, pelaksanaannya di lapangan masih menghadapi berbagai kendala, seperti kurangnya sosialisasi, perbedaan pandangan ulama, serta rendahnya kesadaran masyarakat terhadap kewajiban zakat profesi. Persamaan penelitian Dhiauddin Tanjung dengan penelitian yang penulis susun terletak pada fokus pembahasan tentang zakat profesi sebagai bagian dari hukum zakat kontemporer yang menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Namun, perbedaan utamanya terletak pada arah penelitian: Tanjung lebih menekankan integrasi teori dan praktik zakat profesi dalam konteks umum, sedangkan penelitian ini berfokus pada desain zakat profesi di era digital modern, dengan menelaah pandangan ulama terhadap kewajiban zakat bagi *influencer* muslim sebagai profesi baru yang muncul akibat perkembangan teknologi digital. Dengan demikian, penelitian Dhiauddin Tanjung menjadi pijakan konseptual penting dalam memperkuat dasar teoretis penelitian ini, khususnya dalam memahami hubungan antara legitimasi hukum zakat profesi dan kebutuhan

²⁰ Rahman, Holilur. *"Inovasi Pengelolaan Zakat di Era Digital (Studi Akses Digital Dalam Pengumpulan Zakat)." Dirosat: Journal of Islamic Studies* 6.2 (2021): 53-63.

aktualisasi hukum Islam di era modern.²¹

10. Rasidi, A. R. A., Lizariani, D., Azzahra, G. M., Hasyima, M., Andini, V. G., & Zulaikha, S. telah menuliskan dalam penelitiannya yang berjudul *“Efektivitas Zakat Produksi dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Mustahik di Masa Kini.”* meneliti sejauh mana penerapan zakat profesi mampu memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kesejahteraan para mustahik di tengah perkembangan ekonomi digital. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi lapangan pada lembaga pengelola zakat yang telah menerapkan sistem digitalisasi dalam penghimpunan dan pendistribusian zakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa zakat profesi memiliki peran signifikan dalam membantu peningkatan taraf hidup mustahik, terutama ketika diintegrasikan dengan platform digital yang memudahkan transaksi dan distribusi. Namun, Rasidi, dkk., juga menemukan bahwa masih terdapat kendala pada aspek kesadaran muzakki dan pemahaman terhadap mekanisme zakat profesi di era digital, serta keterbatasan lembaga zakat dalam melakukan edukasi publik secara masif. Persamaan penelitian Rasidi, dkk dengan penelitian yang penulis susun terletak pada tema besar yang sama, yakni zakat profesi di era digital dan relevansinya terhadap dinamika sosial ekonomi modern. Akan tetapi, perbedaan pokoknya terletak pada sudut pandang kajian. Jika penelitian Rasidi, dkk., menitikberatkan pada efektivitas zakat profesi dalam pemberdayaan mustahik dan pemanfaatan teknologi digital dalam distribusi zakat, maka penelitian ini berfokus pada desain zakat profesi di era digital modern dengan menelaah pandangan para ulama terhadap kewajiban zakat bagi *influencer* muslim sebagai fenomena profesi baru di era digital. Dengan demikian, penelitian Rasidi, dkk menjadi salah satu landasan penting untuk memahami relevansi zakat profesi dalam konteks ekonomi digital sekaligus memperkuat urgensi pembaruan hukum zakat profesi

²¹ Tanjung, D. (2024). *Zakat Profesi di Indonesia: Antara Teori dan Praktik*. *Fathir: Jurnal Studi Islam*, 1(1), 1-14.

dalam menghadapi tantangan modernitas.²²

Berdasarkan uraian penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa kajian mengenai zakat profesi di era digital telah menjadi fokus penting dalam berbagai penelitian kontemporer, terutama yang menyoroti transformasi sumber penghasilan umat Islam akibat perkembangan teknologi digital. Beragam studi sebelumnya meninjau aspek fiqhiyah zakat profesi, implementasi Fatwa MUI No. 3 Tahun 2003 tentang Zakat Penghasilan, hingga peran lembaga zakat dalam menghimpun zakat profesi *influencer* dan kreator digital. Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih terbatas pada pembahasan normatif atau bersifat deskriptif mengenai kewajiban zakat atas profesi modern, tanpa mengulas secara mendalam desain konseptual dan pandangan para ulama terhadap profesi digital seperti *influencer* muslim yang memiliki karakteristik penghasilan tidak tetap, multi-sumber, dan berbasis algoritma platform. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan kajian tersebut dengan fokus pada perumusan desain zakat profesi di era digital modern melalui studi pandangan ulama terhadap *influencer* muslim. Penelitian ini tidak hanya menelaah dasar normatif dan ketentuan fatwa yang telah ada, tetapi juga menggali pemikiran dan ijtihad kontemporer dari berbagai perspektif ulama baik akademisi, praktisi syariah, maupun tokoh pesantren (klasik) dalam merespons fenomena profesi digital yang semakin berkembang. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam memperkaya khazanah hukum ekonomi syariah serta kontribusi praktis dalam membentuk model zakat profesi yang adaptif dan kontekstual bagi para pelaku muslim di era digital.

F. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini perlu dikembangkan melalui suatu kerangka berpikir yang

²² Rasidi, Aurel Rani Avidesta, Dhenia Lizariani, Githa Marsyalia Azzahra, Maulida Hasyima, Vani Gusti Andini, and Siti Zulaikha. "Efektivitas Zakat Produksi Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Mustahik Di Masa Kini". *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance* 3, no. 2 (August 9, 2025): 2001–2017. Accessed February 10, 2026. <https://publikasi.abidan.org/index.php/benefit/article/view/1357>.

sistematis agar arah dan tujuan penelitian dapat tersusun secara terkonsep dan terarah sejak awal. Keberadaan kerangka berpikir menjadi penting karena berfungsi sebagai peta konseptual yang menuntun peneliti dalam memahami hubungan antara teori, fatwa, dan realitas sosial yang diteliti. Dengan demikian, seluruh tahapan penelitian mulai dari identifikasi masalah, pengumpulan data, hingga analisis pandangan ulama akan saling terintegrasi untuk menghasilkan temuan yang valid, logis, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dalam konteks penelitian ini, penulis bermaksud mengkaji secara mendalam mengenai desain zakat profesi di era digital modern, dengan fokus pada pandangan ulama terhadap *influencer* muslim sebagai subjek ekonomi baru dalam ruang digital. Penelitian diarahkan pada keterkaitan antara ketentuan normatif zakat profesi sebagaimana termuat dalam Fatwa MUI No. 3 Tahun 2003 tentang Zakat Penghasilan dengan fenomena profesi *influencer* yang memiliki karakteristik penghasilan fluktuatif, berbasis kontrak digital, dan sering kali tidak tercatat secara formal. Oleh karena itu, penelitian ini akan terlebih dahulu menguraikan konsep dasar zakat profesi dalam hukum Islam, termasuk dalil-dalil syar'i, tujuan (*maqashid*), dan prinsip keadilannya.

Selanjutnya, peneliti menelaah bagaimana pandangan ulama baik dari kalangan akademisi, praktisi zakat, maupun tokoh pesantren (klasik) memandang kewajiban zakat bagi profesi digital seperti *influencer*. Analisis tersebut diharapkan dapat melahirkan model atau desain zakat profesi yang relevan dan adaptif terhadap dinamika ekonomi digital, sehingga mampu menjawab kebutuhan umat Islam di era modern sekaligus menjaga nilai keadilan sosial dalam pelaksanaan zakat. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti sejauh mana tingkat pemahaman dan kesadaran *influencer* muslim dalam melaksanakan kewajiban zakat profesi atas penghasilan yang diperoleh dari aktivitas digital, seperti endorsement, monetisasi konten, atau kerja sama komersial di berbagai platform media sosial. Analisis penelitian diarahkan pada kesesuaian antara realitas praktik *influencer* muslim dengan norma hukum zakat profesi yang diatur dalam Fatwa MUI No. 3 Tahun 2003 tentang Zakat Penghasilan, khususnya dalam konteks penentuan nisab, haul,

serta proporsi zakat yang seharusnya ditunaikan. Dengan demikian, penelitian ini berupaya menelaah apakah pelaksanaan zakat profesi oleh *influencer* muslim telah berjalan sesuai prinsip syariah atau masih terdapat kesenjangan antara ketentuan normatif dan dinamika sosial digital yang berkembang. Artinya, penelitian ini menjadi penting untuk memahami bagaimana hukum Islam merespons perubahan bentuk pekerjaan dan sumber pendapatan di era digital modern, terutama terhadap profesi yang baru muncul seperti *influencer*. Fokus penelitian diarahkan untuk menggali pandangan para ulama dari berbagai latar belakang ulama akademik, ulama pesantren (klasik), dan ulama yang terlibat dalam lembaga fatwa seperti MUI mengenai kedudukan, kewajiban, serta mekanisme zakat profesi bagi *influencer* muslim. Dengan demikian, kerangka pemikiran penelitian ini dibangun untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai relasi antara ketentuan hukum zakat profesi dan praktik ekonomi digital berbasis konten. Hasil kajian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan literatur hukum zakat kontemporer, serta manfaat praktis dalam memperkuat kesadaran zakat di kalangan *influencer* muslim dan mengarahkan lembaga zakat dalam merumuskan model penghimpunan zakat profesi yang lebih adaptif di era digital.

G. Metodologi Penelitian

Kata metode berasal dari kata Yunani *methodos*, yang terdiri dari dua kata: *meta* (menuju, melalui, setelah) dan *hodos* (jalan, cara, arah). Kata *methodos* berarti metode ilmiah, yaitu cara melakukan sesuatu dengan aturan tertentu. Sedangkan metodologi berasal dari kata *method* dan *logos*, yang berarti ilmu yang berkaitan dengan metode. Proses penelitian adalah serangkaian tindakan dalam mencari kebenaran suatu penelitian, yang diawali dengan suatu gagasan yang menghasilkan rumusan masalah untuk hipotesis awal, berdasarkan dan berdasarkan penelitian sebelumnya, sehingga penelitian tersebut dapat diolah dan dianalisis, serta akhirnya menghasilkan suatu kesimpulan. Sementara itu, penelitian merupakan terjemahan dari istilah bahasa Inggris *research*. *Research* memiliki 2 (dua)

kata: *re* yang berarti kembali dan *search* yang berarti mencari. Maka dapat disimpulkan bahwa makna penelitian adalah mencari kembali pengetahuan. Oleh karena itu, metodologi penelitian sebenarnya digambarkan sebagai suatu prosedur ilmiah yang dilakukan secara bertahap, dimulai dengan mengidentifikasi topik, mengumpulkan data, dan mengolah data, sehingga diperoleh realisasi dan pemahaman tentang suatu subjek, fenomena, atau isu tertentu.²³ Adapun langkah-langkah untuk memahami fokus penelitian menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan secara umum pada lingkup wilayah Cirebon kabupaten dan kota dengan fokus pada pengkajian konsep dan implementasi zakat profesi di era digital modern, khususnya dalam konteks profesi *influencer* muslim sebagai fenomena ekonomi baru di masyarakat. Lokasi penelitian dibatasi pada satu daerah tertentu, melainkan mencakup berbagai wilayah di Cirebon yang memiliki dinamika perkembangan ekonomi digital dan aktivitas keagamaan yang kuat.²⁴ Pendekatan ini dipilih agar hasil penelitian memiliki relevansi yang lebih luas dan dapat menggambarkan kondisi nyata penerapan zakat profesi di era digital secara lokal. Fokus penelitian diarahkan pada pandangan para ulama terhadap desain dan pelaksanaan zakat profesi dalam konteks digital modern. Dua kelompok ulama yang menjadi objek kajian meliputi:

- a. Ulama akademik, yaitu para pakar hukum ekonomi syariah di perguruan tinggi Islam yang memiliki pemahaman mendalam terhadap fiqh zakat kontemporer dan dinamika profesi modern;
- b. Ulama pesantren (klasik), yang mewakili otoritas keagamaan tradisional dan menjadi rujukan masyarakat dalam praktik

²³ Jumarnis, Meizy, Widia Rahmawati, and Ayu Sari Rahayu. "Metode Pendidikan Dalam Al-Qur'an." *Jurnal Multidisiplin Indonesia* 2.6 (2023): 1204-1210.

²⁴ Fendi Andi Pratomo, "Pemanfaatan Media Digital sebagai Strategi dalam Meningkatkan Efektivitas Penghimpunan Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) di Dompot Dhuafa Jawa Tengah," *Sustainability (Switzerland)* 11, no. 1 (2025): 1–14, <https://doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005>.

keagamaan, termasuk zakat profesi;

Selain menelaah pandangan ulama, penelitian ini juga menyoroti peran Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) sebagai lembaga resmi negara yang berwenang dalam pengelolaan zakat. BAZNAS menjadi aktor penting dalam mengintegrasikan hasil kajian fiqih dengan praktik penghimpunan zakat profesi, termasuk dari kalangan pekerja kreatif dan digital seperti *influencer*. Melalui analisis terhadap kebijakan, program, dan pendekatan edukatif BAZNAS, penelitian ini berupaya melihat sejauh mana lembaga tersebut telah menyesuaikan diri dengan perkembangan ekonomi digital dan profesi baru yang muncul di masyarakat.²⁵ Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menelaah aspek normatif dari hukum zakat profesi sebagaimana tercantum dalam Fatwa MUI No. 3 Tahun 2003 tentang Zakat Penghasilan, tetapi juga mengkaji relevansi dan adaptabilitasnya terhadap realitas profesi digital modern. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan konsep desain zakat profesi yang inklusif dan kontekstual, yang mampu menjawab tantangan baru di era digital sekaligus memperkuat sinergi antara ulama, lembaga zakat, dan masyarakat Muslim secara luas.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, di mana penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Proses penelitian kualitatif ini melibatkan hal yang penting, seperti mengajukan beberapa pertanyaan, prosedur - prosedurnya, mengumpulkan data yang spesifik dari para bidang ahli, menganalisis data secara induktif mulai dari topik khusus ke topik umum, dan menafsirkan makna data.²⁶

²⁵ Ika Khuril A'yuni, "*Strategi Edukasi Zakat Berbasis Digital untuk Meningkatkan Kesadaran Zakat pada Masyarakat Ponorogo.*"

²⁶ John W. Creswell and Cheryl N. Poth, *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Approaches* (Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2016).

3. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif normative deskriptif, yang dianggap paling relevan untuk menelaah fenomena zakat profesi di era digital modern, khususnya dalam konteks pandangan ulama terhadap *influencer* Muslim. Pendekatan ini dipilih karena topik yang dikaji tidak hanya berkaitan dengan norma hukum Islam (fiqh zakat), tetapi juga dengan realitas sosial dan praktik keagamaan yang muncul di tengah perkembangan teknologi digital. Dengan demikian, penelitian ini berupaya memahami secara komprehensif bagaimana hukum zakat profesi diformulasikan, dipahami, dan diinterpretasikan oleh para ulama terhadap profesi baru seperti *influencer*.²⁷ Pendekatan normatif digunakan untuk mengkaji ketentuan hukum zakat profesi sebagaimana termuat dalam Fatwa MUI No. 3 Tahun 2003 tentang Zakat Penghasilan, serta dikaitkan dengan literatur fikih klasik dan kontemporer yang membahas zakat atas profesi dan pendapatan jasa. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami dasar hukum, argumentasi fiqhiyah, serta kedudukan hukum profesi *influencer* dalam konteks zakat.

Analisis dilakukan terhadap teks-teks normatif seperti Al-Qur'an, hadis, ijma', qiyas, serta pandangan ulama dari berbagai mazhab dan lembaga keIslaman yang relevan.²⁸ Sementara itu, pendekatan kualitatif deskriptif digunakan untuk menggali pandangan dan interpretasi para ulama dari dua kategori utama, yaitu ulama akademik (dosen atau peneliti di bidang hukum ekonomi syariah), dan ulama pesantren (klasik) (representasi otoritas tradisional Islam).²⁹ Melalui teknik wawancara mendalam dan analisis dokumen, peneliti berusaha memahami cara para ulama menilai relevansi zakat profesi terhadap penghasilan *influencer* yang bersumber dari media digital seperti

²⁷ Anwar, Saeful. "Pendekatan Dalam Pengkajian Islam: Kontribusi Charles J. Adam Terhadap Kegelisahan Akademik." *An-Nas* 1, no. 2 (2017): 103-103.

²⁸ Imran, H. Helmi. "Zakat Profesi Dalam Pandangan Islam." *Jurnal Al-Mizan* 3.1 (2016): 25-40.

²⁹ Kusumastuti, Adhi, and Ahmad Mustamil Khoiron. *Metode penelitian kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP), 2019.

YouTube, Instagram, atau TikTok. Pendekatan ini juga memungkinkan peneliti menafsirkan pandangan ulama secara kontekstual, dengan mempertimbangkan perkembangan sosial, budaya, dan ekonomi digital yang menjadi latar munculnya profesi *influencer* muslim. Penelitian kualitatif berfungsi untuk memahami makna yang diberikan oleh individu atau kelompok terhadap fenomena sosial, sementara pendekatan normatif memberikan landasan konseptual dan hukum bagi interpretasi tersebut.

Pendekatan normatif kualitatif merupakan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini untuk menelaah fenomena zakat profesi di era digital modern, khususnya dalam konteks pandangan ulama terhadap *influencer* muslim. Pendekatan ini menitikberatkan pada kajian hukum Islam yang bersumber dari norma-norma syariah, fatwa, serta literatur fikih kontemporer yang relevan.³⁰ Dalam pendekatan normatif, hukum dipandang sebagai seperangkat nilai dan ketentuan *ilahiah* yang mengatur perilaku umat Islam, termasuk dalam hal kewajiban menunaikan zakat profesi sebagai bentuk ibadah sosial. Analisis normatif dalam penelitian ini digunakan untuk mengkaji secara mendalam ketentuan hukum zakat profesi sebagaimana diatur dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) No. 3 Tahun 2003 tentang Zakat Penghasilan, serta dikaitkan dengan dalil-dalil syar'i yang mendasarinya. Kajian ini juga menelaah pandangan para ulama mengenai relevansi hukum zakat profesi terhadap jenis penghasilan baru yang bersumber dari aktivitas digital, seperti konten media sosial, endorsement, atau kerja sama komersial yang dilakukan oleh *influencer* muslim. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menilai sejauh mana fatwa dan hukum Islam klasik dapat beradaptasi dengan perkembangan profesi modern yang bersifat dinamis.³¹

³⁰ Manik, Robbi Hardiansyah, et al. "Peran Ijtihad dalam Menjawab Tantangan Hukum Islam di Era Modern." *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum* 2.6 (2024): 118-126.

³¹ Balillah, Alifa, Kukuh Bina Tawakal, Amrullah Nurdin, Syamsiah Syamsiah, and Yudi Armansyah. 2025. "Implementasi Fiqih Ibadah Dalam Pelaksanaan Puasa Ramadhan Di Era Modern". *AKSIOMA: Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi* 2 (7): 1507-17. <https://doi.org/10.62335/aksioma.v2i7.1441>.

Sementara itu, sifat kualitatif dari penelitian ini dimaksudkan untuk menggali secara mendalam pandangan dan interpretasi para ulama terhadap penerapan zakat profesi pada *influencer* muslim. Pendekatan ini berfokus pada upaya memahami makna dan persepsi subjektif yang dimiliki oleh dua kategori ulama, yaitu ulama akademik, dan ulama pesantren (klasik), dalam menilai status hukum, nisab, serta mekanisme zakat bagi penghasilan digital. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, analisis dokumen fatwa dan literatur fiqh, serta telaah praktik institusional dari lembaga pengelola zakat seperti BAZNAS, yang berperan dalam implementasi zakat profesi di ranah modern. Pendekatan normatif kualitatif ini memberikan ruang bagi analisis yang integratif antara hukum dan realitas sosial, di mana norma-norma zakat Islam tidak hanya dipahami sebagai teks hukum, tetapi juga sebagai sistem nilai yang hidup dan berkembang dalam masyarakat Muslim modern.³² Sebagaimana dikemukakan oleh Moleong pada tahun 2017 dan Creswell & Poth pada tahun 2018, pendekatan kualitatif bertujuan memahami fenomena sosial secara mendalam dalam konteks yang alami dengan menekankan makna di balik pengalaman dan pandangan partisipan.³³

Dengan demikian, penelitian ini mengombinasikan analisis normatif terhadap dasar hukum zakat profesi dengan pendalaman kualitatif terhadap pandangan ulama dalam konteks ekonomi digital. Hasil dari pendekatan ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai desain zakat profesi di era digital modern, yang tidak hanya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, tetapi juga relevan dengan dinamika sosial dan ekonomi umat Islam.

³² Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2013).

³³ John W. Creswell and J. David Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 5th ed. (Thousand Oaks, CA: Sage, 2018), <https://doi.org/10.2307/j.ctt2204s7w.11>.

4. Sumber Data

Dalam Penelitian ini, data yang digunakan diperoleh dari dua jenis sumber, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Sumber Data Primer

Sumber Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber pertama di lapangan, tanpa melalui perantara. Data ini dikumpulkan untuk menjawab fokus penelitian secara spesifik dan biasanya berasal dari hasil interaksi langsung dengan subjek penelitian, seperti wawancara, observasi, atau dokumentasi asli. Dalam penelitian kualitatif, sumber data primer memiliki peran penting karena memberikan informasi yang aktual, kontekstual, dan sesuai dengan realitas yang diteliti.³⁴ yang menjadi acuan dalam penelitian ini, berasal dari hasil wawancara kepada para ulama akademik maupun pesantren (klasik). Hal tersebut dilakukan dengan meninjau dan mengadakan komunikasi secara langsung dengan para pihak yang terkait. Sumber berikutnya berasal dari sosial media para *influencer* muslim dan dokumen-dokumen penting di kalangan para ulama di Cirebon.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari berbagai sumber tidak langsung, yang telah dikumpulkan, diolah, atau dipublikasikan oleh pihak lain. Data ini digunakan untuk mendukung, melengkapi, dan memperkuat analisis terhadap data primer, terutama dalam memberikan kerangka teoritis, konsep, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik kajian.³⁵ sekunder penulis mengambil data-data dari buku, jurnal, web, dan referensi lainnya yang membahas mengenai Desain Zakat Profesi Di Era Digital Modern: Studi Pandangan Ulama Cirebon Terhadap Penghasilan *Influencer* Muslim.

³⁴ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), 157.

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 137.

5. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik yang digunakan untuk memeriksa validitas dalam penelitian ini adalah triangulasi data. Triangulasi merupakan metode pengecekan data untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar mencerminkan fenomena yang diteliti. Teknik ini dilakukan dengan mengombinasikan berbagai sumber data, peneliti, teori, dan metode dalam mengkaji suatu gejala sosial. Triangulasi diperlukan karena setiap teknik memiliki keunggulan dan keterbatasannya masing-masing. Dengan demikian, triangulasi meningkatkan validitas temuan penelitian dengan memberikan gambaran realitas yang lebih akurat dan komprehensif.³⁶ Agar penelitian mencapai sasaran yang tepat dan memperoleh informasi lengkap, penulis menggunakan beberapa metode berikut:

a. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan terkait penelitian kepada narasumber yang telah ditentukan.³⁷ Wawancara dilakukan secara tatap muka untuk memperoleh informasi berdasarkan dari narasumber yang valid dan terpercaya. Pada penelitian ini, narasumber yang dipilih adalah kalangan para tokoh ulama pesatren (klasik) dan ulama akademik serta para tokoh ulama dari berbagai segala faktor yang menjadi objek penelitian.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan mencatat dan merekam informasi yang sudah tersedia.³⁸ teknik ini mencakup pengumpulan, pengkajian, dan analisis laporan tertulis serta rekaman audiovisual yang relevan. dalam penelitian ini,

³⁶ Fuad, Anis, and Kandung Sapto Nugroho. "Panduan Praktis Penelitian Kualitatif (edisi cetak)." (2014).

³⁷ Saputri, Hany, and Yahdinil Firda Nadhirah. "Analisis Aspek Kognitif, Emosional, Perilaku, dan Sosial Anak Tunagrahita Ringan melalui Wawancara dan Observasi Di SKHN 01 Kota Serang." *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang* 11.04 (2026): 244-251.

³⁸ Kamaruddin, Ilham, Deri Firmansah, Zulkifli, Ade Putra Ode Amame, Nasarudin, Mohammad Ardani Samad, and Haerudin. *Metodologi Penelitian Kualitatif. Edited by Diana Purnama Sari*. Sumatera Barat: PT.Global Eksekutif Teknologi, 2023.

dokumentasi digunakan untuk memperoleh informasi terkait Desain Zakat Profesi Di Era Digital Modern: Studi Pandangan Ulama Cirebon Terhadap Penghasilan *Influencer* Muslim.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses menyusun secara sistematis hasil wawancara, dan data lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti terhadap kasus yang diteliti serta menyajikannya sebagai temuan. Untuk memperdalam pemahaman, analisis dilanjutkan dengan pencarian makna.³⁹ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga teknik analisis data sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses menyederhanakan dan memilih data berdasarkan konsep, kategori, dan tema tertentu. Ini mencakup merangkum, memilih informasi utama, serta mengidentifikasi pola dan tema agar data lebih terstruktur dan mudah dipahami.⁴⁰

b. Penyajian Data

Data kualitatif disajikan dalam bentuk uraian singkat, bagan, atau hubungan antar kategori untuk mempermudah analisis dan interpretasi.⁴¹

c. Verifikasi atau Penyimpulan Data

Langkah terakhir adalah verifikasi dan penyimpulan data. Kesimpulan awal bersifat sementara dan dapat berkembang seiring ditemukannya bukti tambahan yang lebih kuat.⁴²

H. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pembahasan dan penulisan skripsi ini, maka

³⁹ Haerul Hasan et al., *Metode Penelitian Kualitatif* (Padang: Yayasan Tri Edukasi Ilmiah, 2025).

⁴⁰ Nurhaswinda et al., "Analisis Kesiapan Mahasiswa PGSD Mengajarkan Materi Peluang di Sekolah Dasar," *Catha: Jurnal Penelitian Kreatif dan Inovatif* 3, no. 1 (2026): 28–42.

⁴¹ Rivai, Samsiar, and Fitriyanti Dunggio Mohamad. "Pengaruh penggunaan model pembelajaran Think Pair Share pada terhadap hasil belajar siswa pada materi penyajian data kelas IV sekolah dasar." *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal* 7.2 (2021): 685-712.

⁴² Surayya, Rahmi. "Pendekatan kualitatif dalam penelitian kesehatan." *AVERROUS: Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan Malikussaleh* (2015): 75-83.

peneliti menyusun skripsi ini dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mencakup latar belakang masalah yang menjelaskan alasan utama dilakukannya penelitian. Selanjutnya, terdapat identifikasi dan rumusan masalah yang merinci pokok permasalahan yang akan diteliti. Bab ini juga memuat tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan penelitian terdahulu, kerangka berpikir, metodologi penelitian, teknik pengumpulan dan analisis data, serta sistematika penulisan.

BAB II ZAKAT DAN ZAKAT PROFESI

Bab II berisi tentang landasan teori yang digunakan dalam pembahasan permasalahan seputar zakat penghasilan pada Para *Influencer* Muslim. Pembahasan meliputi definisi zakat penghasilan, dasar hukum, dalil, syarat dan ketentuan, serta objek zakat dari penghasilan digital. Selain itu, bab ini juga membahas Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 3 Tahun 2003 tentang Zakat Penghasilan sebagai dasar normatif, serta teori kesadaran hukum dan kepatuhan masyarakat dalam melaksanakan kewajiban zakat.

BAB III *INFLUENCER* MUSLIM SEBAGAI WAJIB ZAKAT

Bab ini akan memaparkan tentang objek penelitian, yaitu *Influencer* Muslim. Pembahasan meliputi gambaran umum perkembangan sektor digital di berbagai wilayah, profil *Influencer* Muslim yang menjadi subjek penelitian, jenis-jenis penghasilan yang didapatkan melalui digital yang dijalankan, serta peran sektor ini dalam pertumbuhan ekonomi daerah maupaun nasional. Selain itu, bab ini juga akan menguraikan visi, misi, dan kontribusi *Influencer* Muslim terhadap masyarakat, termasuk tantangan yang dihadapi dalam konteks kewajiban zakat penghasilan.

BAB IV PANDANGAN ULAMA TERHADAP *INFLUENCER* SEBAGAI WAJIB ZAKAT DAN DESAIN ZAKAT PROFESI *INFLUENCER*

Bab ini membahas mengenai tingkat pemahaman dan kesadaran pelaku *Influencer* Muslim terhadap kewajiban zakat penghasilan. Selain itu, bab ini juga menguraikan praktik zakat penghasilan yang dijalankan oleh para

pelaku pengguna platform digital, termasuk kendala-kendala yang dihadapi dalam implementasinya. Terakhir, bab ini membahas desain zakat profesi di era digital modern: studi pandangan ulama dalam perspektif hukum zakat, dengan merujuk pada Fatwa Majelis Ulama Indonesia No. 3 Tahun 2003 tentang Zakat Penghasilan.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dari skripsi yang memuat kesimpulan dan saran dari hasil penelitian. Kesimpulan menjawab rumusan masalah yang ada dan saran menyajikan solusi untuk mengatasi permasalahan atau untuk pengembangan atas tema penelitian.

