

Analisis Keabsahan Akad Sedekah Melalui Crowdfunding Pada Live Streaming TikTok

Khasan Safrudin¹, Maulida Izzati², Lilis Setiawati³

Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Email: khasan.safrudin@mhs.uingusdur.ac.id

Abstract

*TikTok is one of the social media platforms that presents viewing and live streaming. Now TikTok live streaming is often used for crowdfunding with gifts as an object of contract for charity. This research aims to identify the validity of alms contracts with TikTok live streaming crowdfunding, which is expected to contribute to the development of alms understanding in the digital context. This research is an empirical legal research with a qualitative approach, data collection is carried out through observation, literature review, inductive data analysis techniques, and the results of qualitative research emphasize more on meaning than generalization. In TikTok, the viewer and the host of the live stream must be 18 years old to engage in such transactions. On TikTok Live, *ijab* takes the shape of a live host statement and *qabul* is done through gifting. Then the clarity of the purpose of Crowdfunding is carried out by conveying that the funds will be donated. This event is considered valid according to Islamic law if the purpose is clear for almsgiving. Live Streaming is legal when it is in accordance with sharia principles. The host or live streaming talent must explain their goals clearly and transparently in managing funds.*

Keywords: *Charity contract, Crowdfunding, Live Streaming TikTok*

Abstrak

TikTok salah satu *platform* media sosial yang menyajikan tontonan dan *live streaming*. Kini *live streaming* TikTok kerap digunakan untuk *crowdfunding* dengan *gift* sebagai objek akad untuk bersedekah. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi keabsahan akad sedekah dengan *crowdfunding live streaming* TikTok, diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan pemahaman sedekah dalam konteks digital. Penelitian ini merupakan penelitian hukum empiris dengan pendekatan kualitatif, pengumpulan data dilakukan melalui observasi, literature review, teknik analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi. Dalam TikTok penonton dan *host live streaming* harus berusia 18 tahun, sehingga

keduanya cakap hukum. Ijab pada *live* TikTok berupa pernyataan *host live*, dan qabul dilakukan melalui pemberian *gift*. Dimana *gift* tersebut bernilai dan dapat dimanfaatkan. Kemudian kejelasan tujuan *Crowdfunding* dilakukan dengan menyampaikan bahwa dana akan disedekahkan. Peristiwa ini dianggap sah sesuai hukum Islam jika tujuannya jelas untuk sedekah. *Live Streaming* memiliki jangkauan luas sehingga mempermudah sedekah, dan sah ketika berkesesuaian dengan prinsip syariah serta rukun dan syarat akadnya. *Host* atau *talent live streaming* harus menjelaskan tujuannya secara jelas dan transparan dalam pengelolaan dana.

Kata Kunci: Akad Sedekah, Crowdfunding, Live Streaming TikTok

Pendahuluan

Media sosial merupakan *platform* berbasis pada internet yang memungkinkan banyak orang untuk membuat konten, berbagi, berinteraksi dan berkomunikasi dengan banyak orang lain yang terdiri dari beragam jenis-jenis aplikasi dan situs web dengan berbagai fungsinya yang memungkinkan orang berinteraksi dan berbagi informasi secara instan (Purbohastuti, 2017).

TikTok menjadi salah satu dari media sosial yang menampilkan ragam ribuan hingga jutaan pertunjukan informasi dan hiburan. Dalam aplikasi TikTok pertunjukan atau tontonan disajikan di dalam aplikasi berupa foto, video, dan *live streaming* yang juga dikenal sebagai "siaran langsung". Seorang pengguna TikTok dapat melakukan siaran langsung dengan syarat pengguna tersebut memiliki pengikut sebanyak 1000 orang pengikut. Melalui fitur *live streaming* dapat memungkinkan kita melihat pengguna atau pemilik akun lain yang sedang melakukan siaran langsung yang kemudian disebut *host talent*. *Host talent* menggelar *live streaming* (siaran langsung) dengan konten yang beragam dan menarik yang dapat dijangkau secara luas oleh banyak kalangan masyarakat, yang mana

kemudian masyarakat dapat memberikan komentarnya dalam *live streaming* tersebut (Wulansari, 2024).

Live streaming juga bermanfaat sebagai media promosi, media pemasaran, juga media penjualan. Salah satu fitur unik dari aplikasi TikTok adalah fitur *live streamingnya* yang memungkinkan kita memberikan apresiasi sebagai hadiah yang telah dibeli oleh penonton. Penonton dapat membeli *gift item* dan kemudian mereka memberikan kepada pihak yang menyelenggarakan konten *live streaming* yang mereka sukai dengan koin *top up*. *Gift* yang diperoleh dari penonton akan secara langsung masuk ke dalam saldo akun TikTok mereka dalam bentuk koin, yang kemudian bisa digunakan untuk mempromosikan konten *live streaming*. Dalam hal ini, tujuan *live streaming* TikTok semakin beragam dan tidak lagi hanya sebagai media hiburan (Nurivananda, 2023). Dewasa ini banyak masyarakat atau pengguna aplikasi TikTok yang menggunakan TikTok secara *live* untuk mengumpulkan dana atau *crowdfunding* untuk membantu korban bencana dan kecelakaan, serta membangun fasilitas umum seperti masjid dan lainnya.

Dalam hal ini *gift* kerap kali digunakan sebagai nilai harta atau objek akad yang diberikan secara cuma-cuma sebagai bentuk donasi atau sedekah kepada orang yang membutuhkan melalui media *live Streaming* TikTok (Amalia, 2024). Selain didorong oleh keinginan tulus untuk membantu sesama, banyak orang yang melakukan amal sedekah melalui *streaming live*. Pengguna dapat berdonasi secara spontan tanpa melalui prosedur yang rumit karena fitur pemberian *gift* yang mudah dan proses transaksi yang cepat. Praktik memberikan *gift* kepada *host live streaming* TikTok sebagai bentuk sedekah ini menarik perhatian karena menimbulkan pertanyaan tentang *legitimasi* keabsahan sedekah di dunia digital.

Berdasarkan pemaparan di atas, dan memperhatikan bahwa belum adanya kajian yang meneliti terkait keabsahan akad dalam *crowdfunding* melalui *live streaming* TikTok, maka penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi keabsahan akad sedekah melalui *live streaming* TikTok dengan menganalisis apakah akad yang dilakukan dalam *live* TikTok memenuhi syarat-syarat sahnya akad sedekah dalam perspektif hukum Islam. Hasil yang diperoleh dari penelitian diharapkan mampu memberi kontribusi dalam pengembangan pemahaman mengenai sedekah di dalam konteks digital. Kemudian, diharapkan dapat dijadikan rujukan oleh masyarakat, khususnya pengguna TikTok, untuk memahami hukum Islam terkait dengan pemberian sedekah melalui platform digital.

Kajian Literatur

1. Profil TikTok

TikTok merupakan *platform* media sosial yang mana para penggunanya dapat membuat video berdurasi pendek hingga berdurasi panjang, serta disertai dengan fitur music dan filter yang menarik, sehingga disukai oleh banyak orang. Aplikasi ini tersedia di *Play Store* dan *App Store* secara gratis. TikTok didirikan oleh warga China yang bernama Zhang Yiming (Firamadhina & Krisnani, 2021). Awal mula TikTok dikenal dengan Douyin dan sekarang lebih dikenal dengan TikTok (Ibrahim, 2023). Aplikasi ini resmi diluncurkan pada tahun 2016 oleh perusahaan ByteDance asal China (Sulistia & Simamora, 2023). TikTok menjadi aplikasi yang paling disukai oleh masyarakat karena dapat membuat penggunanya menjadi terhibur.

Aplikasi ini menjalar kepada banyak kalangan masyarakat dari anak-anak hingga kalangan orang dewasa. Aplikasi TikTok

memungkinkan para pengguna dapat membuat video berdurasi pendek yakni 15 detik dan panjang hingga 10 menit yang unik dan menarik, kemudian dibagikan ke seluruh dunia dengan mudah dan cepat. Banyak masyarakat yang berlomba-lomba menciptakan video yang sekreatif mungkin agar video mereka menjadi trending. Dengan trendingnya video tersebut dapat membantu para penggunanya menjadi terkenal.

TikTok telah menjadi platform penting untuk menyebarkan berbagai informasi dan membangun komunitas karena kontennya yang beragam, mulai dari hiburan hingga edukasi. TikTok memungkinkan para penggunanya untuk berbagai tujuan, seperti promosi bisnis dan berbagai berita dalam video yang menarik. Sekarang TikTok juga dilengkapi fitur TikTok Shop yang digunakan sebagai media belanja online. Dapat disimpulkan bahwasannya TikTok bukan hanya sebagai media sosial saja, melainkan juga alat yang efektif digunakan untuk memasarkan bisnis di era digital sekarang.

2. Siaran Langsung (*Live Streaming*)

Live Streaming merupakan suatu tayangan dimana pihak yang melakukannya disiarkan langsung sesuai dengan waktu kejadian kepada banyak orang (*viewers*) (Setyawan & Marzuki, 2018). Dengan adanya fitur ini membantu penggunanya melakukan komunikasi secara realtime serta berinteraksi kepada satu sama lainnya tanpa bertemu langsung.

Fitur ini banyak disukai oleh masyarakat untuk saling menyapa kepada para penonton dan juga dimanfaatkan sebagai media promosi jualan online. Konsep live streaming ini berupaya memberikan kebebasan kepada para penggunanya terutama bagi host talent untuk

melakukan siaran secara langsung di akun pribadinya. Mereka bisa saling mengobrol langsung melalui fitur yang tersedia di TikTok, sehingga interaksinya menjadi lebih nyata (Agustina, 2018).

Sebelum melakukan siaran langsung atau live streaming ketentuan-ketentuan yang harus dipenuhi yaitu;

1. Telah berumur 18 tahun agar dapat melakukan *live streaming*;
2. Berumur 18 tahun keatas (19 tahun untuk warga Korea Selatan) agar dapat menerima maupun mengirim *gift item* selama live streaming;
3. Agar dapat melakukan live streaming pihak penyelenggara memiliki minimal 1000 pengikut atau *followers* (setiap wilayah berbeda-beda).

Pada live streaming TikTok para penonton tidak hanya saja mengirimkan komentar, tetapi juga bisa memberikan gift kepada penyelenggara. Gift atau *Virtual Gift* dalam *live streaming* TikTok merupakan sebuah item digital atau hadiah virtual yang dapat dibeli dan diberikan kepada pengguna lain sebagai penghargaan atau tanda dukungan dalam siaran langsung (Purba Florensia Ana Tiara, 2023). Gift ini bisa dibeli menggunakan TikTok coins dengan nominal yang berbeda-beda pada setiap icon.

Gift dalam TikTok berupa icon atau gambar seperti berlian, mawar, donat, hati, dan lain sebagainya yang memiliki nilai yang berbeda-beda. Bagi pihak penyelenggara live yang menerima gift dapat mengumpulkannya dan kemudian menukarkannya dengan uang atau bentuk tunai lainnya melalui mitra program atau dengan fitur monotesi TikTok.

3. Teori *Crowdfunding*

A. Definisi *Crowdfunding*

Menurut istilah bahasa *Crowdfunding* berasal dari kata *crowd* yang bermakna keramaian dan *funding* yang bermakna pendanaan sehingga memiliki arti mekanisme untuk mendapatkan dana dari masyarakat luas menggunakan dengan platform internet. Dalam bahasa Indonesia istilah ini sering disebut sebagai “*urun dana*” yang digunakan untuk perolehan modal, donasi sosial, pembiayaan dan lainnya.

Kemudian berdasarkan Oxford Dictionary, “*crowdfunding*” adalah suatu teknik untuk mendapatkan dana untuk sebuah proyek atau usaha dengan mengumpulkan kontribusi dana dari banyak orang, masing-masing menyumbang sejumlah kecil uang, dan semua ini dilakukan melalui internet. *Crowdfunding*, juga dikenal sebagai *urutan dana* yang semakin populer dan berkembang pesat di kedua negara maju dan berkembang. (Nugroho & Rachmaniyah, 2019).

B. Macam – macam *Crowdfunding*

Secara luas *crowdfunding* dapat dibagi menjadi empat jenis, yaitu: model berbasis donasi, berbasis hadiah, berbasis pinjaman, dan berbasis ekuitas (Hossain & Oparaocha, 2017).

1) *Crowdfunding* berbasis Donasi

Pendana atau pendonor proyek yang diajukan tidak menerima imbalan. *crowdfunding* yang didasarkan pada donasi ditujukan untuk proyek non-profit seperti pembangunan rumah asuhan, rumah ibadah, institusi pendidikan, dll. Para investor tidak memiliki hak untuk menuntut pengembalian atau mengharapkan keuntungan atas dana mereka.

2) *Crowdfunding* berbasis Hadiah

Crowdfunding ini, para investor akan menerima hadiah, tetapi mereka tidak dapat mengharapkan pengembalian dana atau keuntungan. Orang yang mengajukan proposal pada umumnya mendapatkan hadiah atau imbalan lainnya berupa jasa, barang atau hak, dan bukan dalam bentuk uang sebagai hasil.

3) *Crowdfunding* berbasis Pinjaman

Crowdfunding ini serupa dengan pinjaman dimana debitur mengajukan proposal, dan kreditur ataupun donatur akan memberi modal yang akan digunakan sebagai pinjaman berbunga sebagai bentuk timbal balik. Pada *crowdfunding* jenis ini, motivasi pendana adalah keuntungan finansial. Selain itu, jenis perjanjian ini terdiri dari kontrak pinjaman, dan penerima keuntungan biasanya adalah individu atau bahkan entitas bisnis.

4) *Crowdfunding* berbasis Ekuitas

Dengan *crowdfunding* ini, investor memiliki hak sepenuhnya sebagai pemilik perusahaan dengan ekuitas mereka atau sebagian dari kepemilikan perusahaan dengan dividen. Investor dengan ekuitas *crowdfunding* juga memiliki hak atas saham ekuitas dan pembagian keuntungan.

4. Akad Sedekah

A. Akad

Kata Akad berasal dari kata *al-'aqd* yang memiliki makna persetujuan, perjanjian, perikatan, dan permufakatan (Kirom, 2023). Menurut istilah, akad merupakan pertalian ijab (pernyataan ikatan) dan kabul (pernyataan penerimaan ikatan) yang berpengaruh kepada objek

akad sesuai dengan syariat. Dalam pelaksanaannya, diharuskan memenuhi rukun dan syarat di dalam akad agar akad tersebut berlaku dan terlaksana. Rukun merupakan unsur atau bagian yang berdampingan dari suatu perbuatan dimana rukun tersebut menentukan sah atau tidaknya perbuatan yang dilakukan. Sedangkan syarat merupakan suatu hal yang menentukan ada atau tidaknya hukum, karena syarat berkaitan pada keberadaan hukum syar'i dan berada di luar hukum itu sendiri.

Menurut jumhur ulama, terdapat dua hukum akad, yaitu akad yang sah dan akad yang tidak sah. Akad dikatakan sebagai akad sah jika akad telah memenuhi setiap syarat dan rukunnya, Sedangkan akad yang tidak sah ialah akad yang tidak memenuhi syarat dan rukunnya yang disebut juga dengan akad fasid atau batil. Sedangkan menurut Mazhab Hanafiyah hukum akad itu dibagi menjadi akad batil dan akad fasid. Akad batil adalah akad yang tidak secara nyata dilarang oleh syariat islam, sedangkan akad fasid adalah akad yang dilarang oleh syariat, seperti akad yang memiliki sifat riba, gharar dan lainnya yang tidak sesuai dengan prinsip syariat islam (ta'lif 'Abd Allāh ibn Muḥammad ibn 'Abd Allāh al-'Imrānī, 2006).

B. Sedekah

Sedekah merupakan ibadah yang terdiri dari dua bagian yaitu sebagai *hablummina Allah* dan sebagai *Hablum minannas* (Denas Hasman Nugraha, 2022). Secara etimologi, sedekah berarti *ash – shadaqah* yang memiliki arti benar. Sedangkan menurut istilah Sedekah adalah memberikan sesuatu kepada orang lain tanpa mengharap ganti dari Allah SWT (Haroen Nasrun, 2000). Jadi dapat dimaknai sebagai

pemberian dari seorang muslim yang secara sukarela kepada orang yang berhak menerima tanpa ada batasan waktu dan jumlah tertentu. Sesuatu tersebut dilakukan seseorang sebagai bentuk kebajikan ridha dari Allah SWT serta untuk semata mendapatkan pahala. Sedekah termasuk dalam akad sosial atau biasa disebut dengan akad tabarru' karena sedekah juga bertujuan untuk menolong antar sesama manusia.

Sedekah tidak hanya bersifat materi saja tetapi dapat berupa non materi seperti melakukan kebaikan dengan jasa atau fisik kepada orang yang membutuhkan. Ketika seseorang bersedekah maka ia dilarang riyah' dan menyombongkan dirinya jangan menyebut-nyebutkan pemberiannya dan menyakiti hati penerima, karena ketika seseorang melakukan sedekah harus diniati dengan keikhlasan karena Allah SWT bukan karena pamrih.

Perintah untuk melakukan sedekah bagi umat muslim banyak dijelaskan dalam ayat Al-Quran. Allah SWT berfirman pada QS Al-Baqarah ayat 271.

ان تَبْنُوا الصَّدَقَاتِ فَنِعَمًا هِيَ وَإِنْ تُخْفُوهَا وَتُؤْتُوهَا الْفُقَرَاءَ فَهُوَ خَيْرٌ لَكُمْ وَيُكَفِّرُ عَنْكُمْ مِنْ سَيِّئَاتِكُمْ
وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya: *"Jika kamu menampakkan sedekahmu, itu baik. (Akan tetapi) jika kamu menyembunyikannya dan memberikannya kepada orang-orang fakir, itu lebih baik bagimu. Allah akan menghapus sebagian kesalahanmu. Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan."*

Demikian juga dalam Hadis yang menganjurkan untuk melakukan sedekah. Salah satu hadis yang menganjurkan untuk bersedekah, Rasulullah bersabda: "Sebaik-baik orang diantara kamu adalah yang memberi makan dan menjawab salam" (HR Ahmad bin Hanbal atau Imam Hanbali) (Yuyun Yunita, 2022). Lebih baik memberi sedekah

daripada menerima sedekah, karena tangan yang di atas lebih baik daripada tangan di bawah. Sedekah yang dilakukan seseorang dianggap sah jika memenuhi rukun dan syarat sedekah itu sendiri, adapun rukun dan syarat sedekah terdiri dari (Zulkifli, 2020):

1. Musaddiq atau orang yang memberi sedekah harus memiliki barang yang disedekahkan dan harus secara ikhlas.
2. Orang yang diberi harus berhak memiliki (mustahik), sehingga tidak sah memberi kepada bayi atau hewan.
3. Sighat, (Ijab dan qabul) adalah pernyataan pemberian dan pernyataan penerimaan dari kedua belah pihak.
4. Barang, yaitu barang yang dapat dijual atau bernilai.

Sedekah hukumnya sunnah muakadah atau sangat dianjurkan menurut para ulama fiqih. Namun dapat berubah wajib hukumnya, seperti ketika seseorang memiliki harta atau makanan dan melihat seseorang yang kelaparan sampai mengancam jiwanya untuk tidak makan, maka seseorang itu wajib memberikan sedekah kepadanya. Selain itu, jika seseorang mendapati bahwa harta atau jasa yang diberikan akan digunakan untuk hal-hal maksiat atau yang tidak baik, sedekah tersebut juga dapat dianggap haram (Muis F, 2016). Dengan bersedekah tidak akan mengurangi harta, meskipun secara materi akan mengurangi kekayaan tetapi Allah akan menggantinya dengan pahala (Riantika & Pane, 2023). Oleh karena itu dengan bersedekah akan memberikan beberapa manfaat bagi siapa saja yang melakukan atau memberi sedekah. Bersedekah dapat dijaukan dari rasa gelisah dan bimbang atas semua urusan dunia, ditingkatkan derajatnya oleh Allah SWT, dimudahkan segala urusannya oleh Allah SWT, mensucikan hati, dan ada perasaan bahagia karena dapat membantu orang lain.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum empiris dengan pendekatan kualitatif (Abubakar, 2021). Metode penelitian kualitatif merupakan data-data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat, ungkapan narasi, dan gambar (Bahiyah & Gumiandari, 2024). Dikatakan hukum empiris karena menggabungkan teori hukum dengan data empiris dari lapangan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, literature review, dengan mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber seperti pada buku-buku, jurnal, dan karya ilmiah lainnya yang relevan. Teknik analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi.

Hasil dan Pembahasan

Keabsahan Akad Sedekah Melalui *Crowdfunding* Pada *Live Streaming* TikTok

TikTok sebagai salah satu media sosial selain untuk sebagai media hiburan dapat juga menjadi alat yang kuat untuk penggalangan dana atau *crowdfunding*. *Crowdfunding* yang dilakukan memungkinkan untuk menjangkau lebih banyak orang bahkan hanya dalam satu kali, tanpa adanya batasan apapun (Barthelemy, 2019). *Crowdfunding* berbasis elektronik seperti melalui live streaming TikTok memang diperbolehkan menurut Undang-Undang, namun belum secara komprehensif sehingga *crowdfunding* pada live TikTok banyak disalahgunakan seperti dengan cara eksploitasi kemiskinan dan melanggar Undang-Undang. Hal tersebut dijelaskan pada salah satu karya tulis yang penulis temukan dengan judul "TikTok dan Wajah Kemiskinan: Tinjauan Hukum Siber Indonesia

Terhadap Eksploitasi Online” yang memiliki persamaan dengan penelitian ini menggunakan aplikasi TikTok sebagai bahan kajian, yang membedakan yaitu pada fokus tinjauan yang dilakukan, dimana pada penelitian ini berfokus pada Hukum positif Indonesia. Sedangkan penelitian yang disusun berfokus pada hukum islam mengenai kebasahana akadnya.

Fenomena penggalangan dana atau *crowdfunding* melalui live streaming TikTok dengan memberikan *gift* item sebagai bentuk sedekah kerap kali terjadi, dimana praktik ini melibatkan interaksi langsung secara daring antara host dan penonton, yang dalam konteks ini, *gift* item yang diberikan oleh penonton dapat dianggap sebagai objek akad sedekah, sementara *host* menjadi pihak yang menerima *gift* atau objek akad tersebut.

Dikutip dari website <https://support.tiktok.com>, berikut syarat-syarat yang harus terpenuhi dan ketentuan untuk ketika akan mengirim *gift* item/hadiah dalam *live streaming* TikTok.

Tutorial *Top Up* Koin

1. Pengguna membuka *platform* TikTok terlebih dahulu;
2. Kemudian tekan *log in* pada aplikasi TikTok;
3. Membuka profil TikTok;
4. Tekan pengaturan atau setelan pada bagian pojok kanan atas;
5. Pilih menu saldo;
6. Kemudian tekan pada tulisan isi saldo;
7. Pilih jumlah koin mana yang akan dibeli;
8. Terakhir pilih metode pembayaran yang akan dilakukan, pengguna dapat membayar melalui bank, pulsa dan melalui Indomaret dan Alfamart.

Cara dan tahapan memberikan *gift item* pada *live streaming* TikTok

1. Membuka aplikasi TikTok;

2. Masuk atau log in ke aplikasi;
3. Klik "Live" di pojok kiri atas;
4. Selanjutnya, geser ke atas atau ke bawah untuk memilih konten yang menarik yang akan dilakukan pengguna;
5. Pilih tombol *gift* atau hadiah;
6. Pilih *gift* atau hadiah yang diinginkan untuk diberikan kepada *host talent* dan pastikan saldo tercukupi.

Persyaratan untuk mengirim hadiah:

1. Untuk membeli dan menggunakan koin yang dapat digunakan untuk mengirim hadiah, pengguna harus berusia 18 tahun ke atas (atau 19 tahun di Korea Selatan);
2. Hadiah hanya dapat tersedia di negara tertentu;
3. Hadiah tidak dapat dikirim ke video live dari akun pemerintah, politisi, partai politik atau akun kepentingan publik lain, dan akun tersebut tidak dapat mengimpor hadiah ke *live streaming*;
4. /Pengiriman *gift* harus tunduk pada ketentuan kebijakan *virtual item* dari TikTok.

Menurut Ali Hasan sahnya suatu akad haruslah memenuhi beberapa syarat, salah satunya syarat dari pihak yang melaksanakan akad, dimana pihak yang berakad harus *tamyiz* serta berbilang, pihak tidak membutuhkan sifat penyempurna (M. Ali Hasan, 2003). Seseorang yang memberikan sedekah atau penonton melalui live streaming TikTok harus berusia 18 tahun, dimana seseorang tersebut sudah cakap hukum. Begitu juga dengan orang yang melakukan *live* atau *host* TikTok, jika keduanya telah memenuhi syarat tersebut maka hal tersebut dapat dilakukan dan sesuai dengan rukun dan syarat melakukan akad dalam hukum Islam.

Selanjutnya terkait dengan objek dalam akad. Objek ini merujuk pada benda atau sesuatu yang menjadi fokus dalam akad. Dalam objek akad terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi, seperti objek itu bisa diserahkan, dapat ditentukan atau tertentu, dan objek dapat di transaksikan. Objek akad dalam melakukan sedekah melalui *live* di TikTok berupa *gift* item yang diberikan penonton kepada *host* yang melakukan *live* TikTok. Setelah *host* menerima *gift* item tersebut, *host* mengonversikan menjadi uang yang kemudian dapat ditarik melalui akun bank. Karena setiap *gift* memiliki nilai dan dapat dimanfaatkan, Pada hal ini *gift* item sebagai objek diperbolehkan dan dianggap sah, selama perolehan *gift* item tersebut sumbernya halal, milik pribadi, dan pemberi *gift* memberikan secara ikhlas. *Gift* item diperoleh penonton melalui uang pribadi penonton.

Syarat sahnya akad yang lainnya yaitu harus adanya ijab dan qabul. Ijab dan qabul ialah bentuk persetujuan atau penerimaan dari kedua pihak yang melakukan akad sebagai pernyataan kehendak untuk mencapai terjadinya suatu kesepakatan (Budiwati, 2018). Dimana pada saat *live* TikTok ijab dapat berupa pernyataan dari pihak penyelenggara TikTok misalnya berupa perkataan “*penggalangan dana ini untuk korban bencana banjir*”. Dan qabul dilakukan secara simbolis melalui tindakan pemberian *gift* dari penonton. Jika semua akad tersebut sudah terpenuhi maka keabsahan sedekah melalui *crowdfunding live* TikTok ini dikatakan sah dan memenuhi syarat. Kecuali jika salah satu akad tidak terpenuhi dan pihak penyelenggara melakukan penyelewengan terhadap dana yang akan di donasikan, maka keabsahan akadnya batal atau fasid.

Keabsahan akad sedekah melalui *crowdfunding* selain harus memenuhi rukun dan syarat yang sesuai dalam sebuah akad menurut hukum islam, tetapi harus juga memperhatikan kejelasan tujuan, *host* talent

melakukan penggalangan dana dengan tujuan yang jelas. Niat yang dilakukan penonton yang memberikan *gift* harus ikhlas, tidak ada unsur paksaan, ataupun untuk keuntungan pribadi. Selain itu ketika melakukan penggalangan dana/crowdfunding untuk sedekah harus transparan. Transparansi merupakan keterbukaan yang menyeluruh dengan menciptakan ruang partisipasi aktif untuk semua kalangan masyarakat dalam pengelolaan sumber daya publik sesuai dengan ketentuan (Tundunaung, Johny Lumolos, 2020).

Kejelasan tujuan dalam penggalangan dana dilakukan ketika *host talent* menyampaikan bahwa dana tersebut akan disedekahkan untuk orang-orang yang membutuhkan dan secara transparansi melalui *live streaming* TikTok agar sedekah yang dilakukan sampai kepada pihak yang membutuhkan. Bersedekah melalui *crowdfunding* pada *live streaming* TikTok dapat memudahkan masyarakat ketika memiliki niat baik untuk membantu orang-orang yang membutuhkan, karena tidak memerlukan waktu yang banyak, sehingga memperluas jangkauan sedekah (Khanifah Aulia, 2024). Jika *crowdfunding* yang dilakukan pada *live streaming* TikTok sesuai dengan hal-hal tersebut dan dikelola dengan baik disalurkan kepada pihak yang berhak mendapatkan sedekah sesuai dengan niat baik serta tujuan yang jelas maka akad sedekah tersebut dianggap sah sesuai dengan hukum Islam.

Hanya saja ada beberapa oknum *host talent* yang melakukan penggalangan dana tidak sesuai dengan tujuannya. Mereka melakukan penyelewengan dana untuk kepentingan pribadi, atau dalam penggalangan dana tidak ada kejelasan dan transparansi terkait dengan dana. Hal ini tidak sesuai dengan syarat sahnya akad itu sendiri, syarat sahnya akad itu tidak terdapat hal-hal yang menjadi perusak dalam akad

yaitu, ketidakjelasan, adanya paksaan, membatasi kepemilikan terhadap barang, adanya unsur penipuan, dan adanya bahaya dalam pelaksanaan (Rafsanjani, 2016).

Simpulan

Penerapan sedekah melalui *crowdfunding* pada *live streaming* TikTok dapat membantu memudahkan seseorang yang ingin melakuakn sedekah dan memilik jangkauan yang lebih luas. Sedekah melalui *crowdfunding* pada *live streaming* TikTok melibatkan interaksi secara *daring* antara dua pihak yang berakad, yaitu *host talent* dan penonton. Dalam praktiknya penonton memberikan *gift* item sebagai objek akad sedekah dalam penggalangan dana, kemudian *host talent* mengumpulkan yang didapatkan untuk dikonversikan dalam bentuk tunai untuk disedekahkan kepada pihak yang membutuhkan.

Sedekah melalui *crowdfunding* pada *live* TikTok keabsahan akadnya bisa saja sah maupun tidak sah. Hal ini dikarena banyaknya pemberian *gift* item dari penonton kepada *host talent* ketika keduanya berinteraksi melalui *live streaming* pada TikTok. Akad sedekah melalui *crowdfunding* dikatakan sah ketika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam dan memenuhi rukun serta syarat dalam akad. Pihak penyelenggara atau *host talent* memiliki tujuan yang jelas dan transparansi dalam pengelolaan dana tanpa adanya unsur penipuan. Penonton juga memiliki niat yang ikhlas untuk bersedekah tanpa mengharapkan imbalan. Namun jika kedua pihak yang berakad melakukan penyelewengan dan tidak berkesesuaian dengan prinsip hukum Islam maka keabsahan akad tersebut tidak sah.

Daftar Pustaka

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*.
- Agustina, L. (2018). Live Video Streaming Sebagai Bentuk Perkembangan Fitur Media Sosial. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(1). <https://doi.org/10.17933/diakom.v1i1.16>
- Amalia, R. Y. (2024). *Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap perolehan gift diamond dalam live streaming pada aplikasi Tiktok: Studi pada akun Tiktok@idupnyasukagabut*.
- Bahiyah, U., & Gumiandari, S. (2024). Metode Penelitian Kualitatif. In *General and Specific Research* (Vol. 4, Issue 2).
- Barthelemy, F. (2019). Strategi Komunikasi Crowdfunding melalui Media Sosial (Crowdfunding Communication Strategy through Social Media). *JURNAL IPTEKKOM: Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi*, 21(2). <https://doi.org/10.33164/iptekkom.21.2.2019.155-168>
- Budiwati, S. (2018). Akad Sebagai Bingkai Transaksi Bisnis Syariah. *Jurnal Jurisprudence*, 7(2). <https://doi.org/10.23917/jurisprudence.v7i2.4095>
- Denas Hasman Nugraha. (2022). Optimalisasi Peran Teknologi Digital dalam Meningkatkan Penerimaan Zakat Infaq dan Shadaqah. *QULUBANA: Jurnal Manajemen Dakwah*, 3(1). <https://doi.org/10.54396/qlb.v3i1.416>
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2). <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Haroen Nasrun. (2000). *Fiqih Muamalah*. PT. Gaya Media Pratama.
- Hossain, M., & Oparaocha, G. O. (2017). Crowdfunding: Motives, Definitions, Typology and Ethical Challenges. *Entrepreneurship Research Journal*, 7(2). <https://doi.org/10.1515/erj-2015-0045>
- Ibrahim. (2023). *Analisis Kedudukan Hukum Meminta Gift di Aplikasi TikTok Perspektif Hukum Fikih (Studi Pada Konten: Mandi Lumpur 'Ngemis Gaya Baru') (Skripsi)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Khanifah Aulia. (2024). *Analisis Fenomena Konten Sedekah di Akun TikTok @muhammad_hasan_abdillah* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

- Kirom, C. (2023). Peningkatan Pemahaman Akad Syariah Dalam Fiqih Muamalah Pada Masyarakat Desa Mejobo Kudus. *Kifah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 11–22. <https://doi.org/10.35878/kifah.v2i1.791>
- M. Ali Hasan. (2003). *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam (Fiqh Muamalat)* (Cet.1). PT. Raja Grafindo Persada.
- Muis F. (2016). *Dikejar Rezeki Dari Sedekah*. Taqia Publishing.
- Nugroho, A. Y., & Rachmaniyah, F. (2019). FENOMENA PERKEMBANGAN CROWDFUNDING DI INDONESIA. *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 4(1), 34. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v4i1.254>
- Nurivananda, S. M. and F. Z. (2023). Pengaruh Content Marketing Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Media Sosial Tiktok (Studi Pada Konsumen Generasi Z@ Scarlett_Whitening Di Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4, 3664–3671.
- Purba Florensia Ana Tiara. (2023). Realitas Sawer Gift Tiktok sebagai Medium Interaksi Masyarakat Digital. *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*.
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12, 221–231.
- Rafsanjani, H. (2016). Akad Tabarru' Dalam Transaksi Bisnis. *Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1).
- Riantika, P. A., & Pane, N. (2023). Analisis Keutamaan Sedekah Dan Infak Berdasarkan Hadis Yang Diriwayatkan Oleh Imam Bukhari Dan Imam Muslim. *Hibrul Ulama*, 5(2). <https://doi.org/10.47662/hibrululama.v5i2.522>
- Setyawan, R. A., & Marzuki, Y. (2018). Survei Aplikasi Video Live Streaming dan Chat di Kalangan Peajar. *Seminar Nasional Edusainstek FMIPA UNIMUS 2018*.
- Sulistia, D. A., & Simamora, I. Y. (2023). Perilaku Komunikasi Penggunaan Media Sosial Tiktok Di Kalangan Mahasiswa Kpi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Stambuk 2019. *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(3), 1189–1200. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i3.365>

- ta'lif 'Abd Allāh ibn Muḥammad ibn 'Abd Allāh al-'Imrānī. (2006). *Al-Uqūd Al Māliyyah Al-Murakkabah Dirāsah Fiqhiyyah Ta'ʿshīyyah Wa Al Taṭbīqiyah*. al-Riyād.
- Tundunaung, Johny Lumolos, M. M. (2020). Transparansi Pengelolaan Dana Desa Di Desa Tabang Kecamatan Rainis Kabupaten Kepulauan Talaud. *Eksekutif Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan*, 1(1).
- Wulansari, E. T. (2024). *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Fenomena Mendapatkan Gift pada Live Streaming Aplikasi Tik Tok*.
- Yuyun Yunita. (2022). Konsep Sedekah Dalam Islam. *Al Mumtaz: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Keagamaan*, 1(1), 59–72.
- Zulkifli. (2020). *Panduan Praktis Memahami Zakat, Infaq, Shadaqah, Wakaf, dan Pajak*. KALIMEDIA.