

Gift Virtual Berbayar di Aplikasi Streaming: Analisis Akad, Gharar, dan Israf Menurut Fikih Muamalah**Meirina Alkhoiriyah Eka Putri**

Universitas Al-Qur'an Ittifaqiah, Indralaya, Indonesiarina.putri84@gmail.com

M. Rian Hidayat

Universitas Al-Qur'an Ittifaqiah, Indralaya, Indonesiarina.putri84@gmail.com

m.riyanhidayat@uqi.ac.id**Citra Juniarni**

Universitas Al-Qur'an Ittifaqiah, Indralaya, Indonesiarina.putri84@gmail.com

*Received : 04 Mei 2026**Accepted : 07 Mei 2026**Published : 30 Juni 2026***Abstract**

The evolution of live streaming applications has given rise to a new form of digital economic transaction—paid virtual gifts—involving significant financial flows and widespread public participation, particularly in Indonesia. This phenomenon raises issues within **fiqh muamalah** (Islamic commercial law) because these transactions occur without an explicit contract (**akad**), potentially involve ambiguity regarding the benefits received (**gharar**), and encourage excessive consumption. This study aims to analyze the practice of paid virtual gifts on live streaming apps from the perspective of **fiqh muamalah**, focusing on identifying the type of contract involved, detecting elements of **gharar** in the transaction mechanism, and analyzing the potential for **israf** (extravagance) in viewers' gifting behavior. A qualitative approach with a descriptive-analytical design was employed. Data were gathered through document analysis, observation of live streaming content, and case studies of TikTok Live creators in Indonesia, supplemented by secondary data from digital media reports. Data analysis utilized the frameworks of **fiqh muamalah** and **maqashid al-shari'ah** (the objectives of Sharia). The findings indicate that paid virtual gifts in live streaming can be categorized as either a **hibah** (gift) or **ju'alah** (reward for a specific act) contract, depending on the context and purpose of the gift. However, in practice, there is potential for **gharar** due to the ambiguity of the benefits received by viewers, as well as potential for **israf** driven by consumptive behavior—fueled by emotional interactions and the competitive atmosphere of live broadcasts. The study concludes that the practice of paid virtual gifts requires strengthened transparency principles and ethical consumption controls to align with **fiqh muamalah** values; it offers both a theoretical contribution to the study of contemporary **muamalah** and a practical contribution by serving as a guideline for users and digital platform operators.

Keywords: *Gift Virtual, Live Streaming, Akad, Gharar, Israf, Fikih Muamalah*

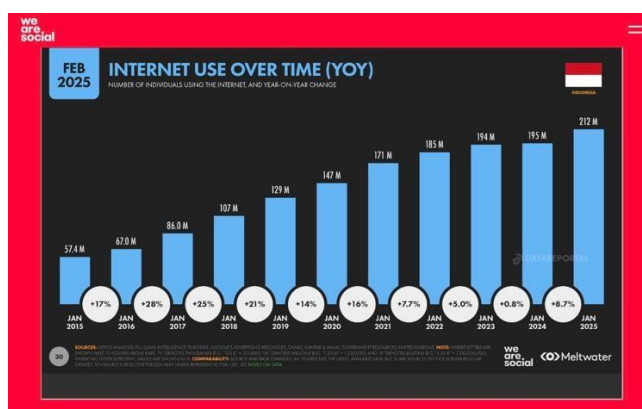
Abstrak

Perkembangan aplikasi live streaming telah melahirkan bentuk transaksi ekonomi digital baru berupa gift virtual berbayar yang melibatkan aliran dana bernilai signifikan dan dilakukan secara masif oleh masyarakat, khususnya di Indonesia. Fenomena ini menimbulkan persoalan fikih muamalah karena transaksi gift virtual berlangsung tanpa akad eksplisit, berpotensi mengandung ketidakjelasan manfaat, serta mendorong perilaku konsumsi berlebihan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik gift virtual berbayar pada aplikasi live streaming dari perspektif fikih muamalah dengan fokus pada penentuan jenis akad yang terjadi, identifikasi unsur gharar dalam mekanisme transaksi, serta analisis potensi israf dalam perilaku pemberian gift oleh penonton. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif-analitis. Data dikumpulkan melalui studi dokumentasi, observasi konten live streaming, serta analisis kasus beberapa kreator TikTok Live di Indonesia, yang didukung oleh data sekunder dari laporan media digital. Analisis data dilakukan dengan pendekatan fikih muamalah dan maqashid al-syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gift virtual berbayar pada live streaming dapat dikategorikan ke dalam akad hibah atau ju'alah tergantung pada konteks dan tujuan pemberiannya, namun dalam praktiknya ditemukan potensi gharar akibat ketidakjelasan manfaat yang diterima penonton serta potensi israf akibat perilaku konsumtif yang dipicu oleh interaksi emosional dan atmosfer kompetitif dalam siaran langsung. Penelitian ini menyimpulkan bahwa praktik gift virtual berbayar memerlukan penguatan prinsip transparansi dan pengendalian etika konsumsi agar selaras dengan nilai-nilai fikih muamalah, serta memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian muamalah kontemporer dan kontribusi praktis sebagai pedoman bagi pengguna dan pengelola platform digital.

Kata Kunci : Kado Virtual, Live Streaming, Akad, Gharar, Israf, Fikih Muamalah

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah melahirkan berbagai bentuk transaksi ekonomi baru, salah satunya adalah praktik gift virtual berbayar pada aplikasi live streaming seperti TikTok Live, YouTube Live, dan platform sejenis (Esperanza, 2023). Di Indonesia, fenomena ini berkembang sangat pesat seiring meningkatnya jumlah pengguna internet dan media sosial.



Data Dari Tagar.co menunjukkan bahwa Indonesia memiliki lebih dari 212 juta pengguna internet, dengan sebagian besar aktif mengakses platform media sosial berbasis video dan live streaming (Fatoni, 2025). Dalam praktiknya, gift virtual diberikan oleh penonton kepada kreator sebagai bentuk dukungan, hiburan, atau apresiasi, yang kemudian dapat dikonversi menjadi uang (Wijaya et al., 2025). Meskipun terlihat sederhana, praktik ini melibatkan aliran dana yang tidak kecil dan berpotensi memunculkan perilaku konsumtif. Oleh karena itu, fenomena gift virtual berbayar menjadi isu yang penting untuk dikaji, khususnya dari perspektif fikih muamalah, agar transaksi digital yang berkembang di masyarakat Muslim tetap sejalan dengan prinsip syariah (Ammah, 2024). Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam QS. Al-A'raf ayat 56 :

لَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ هَالِكٍ قَرِيبٌ ۖ اِمْنِ الْمُحْسِنِينَ

Artinya; Janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah diatur dengan baik. Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat dengan orang-orang yang berbuat baik.

Ayat ini melarang terjadinya kerusakan di muka bumi, termasuk kerusakan dalam sistem muamalah dan perilaku ekonomi.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas praktik gift virtual dari sudut pandang hukum ekonomi syariah. Amalia (2024) menilai bahwa gift virtual pada TikTok Live dapat dianalisis menggunakan akad ju'alah apabila memenuhi rukun dan syaratnya. Penelitian lain oleh Abidin (2025) menyoroti praktik pemberian gift sebagai bentuk hadiah yang cenderung bersifat hiburan, namun masih menyisakan persoalan terkait kejelasan akad dan pembagian hasil antara kreator dan platform. Sementara itu, Deshaq (2025) mengkaji gift virtual dari perspektif hibah dan menemukan adanya perbedaan pemahaman antara pemberi dan penerima gift dalam praktiknya. Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut umumnya masih berdiri sendiri dan belum mengkaji secara terpadu aspek akad, potensi gharar, serta unsur israf dalam satu kerangka fikih muamalah yang utuh, sehingga masih terdapat kesenjangan penelitian yang perlu diisi.

Kesenjangan penelitian juga terlihat pada minimnya pembahasan mengenai ketidakjelasan nilai manfaat dan konsekuensi transaksi gift virtual. Dalam banyak kasus, penonton mengirim gift secara spontan tanpa mengetahui secara pasti nilai manfaat yang akan diterima, sementara kreator dan platform memperoleh keuntungan ekonomi yang jelas. Kondisi ini berpotensi mengandung unsur gharar karena adanya ketidakjelasan antara nilai yang dibayarkan dan manfaat yang diperoleh (Azzahra et al., 2024; Syahputra & Zen, 2025). Selain itu, praktik pemberian gift secara berulang dan berlebihan juga dapat mengarah pada israf, yaitu perilaku pemborosan yang dilarang dalam Islam (Yusgiantara, 2024). Allah SWT secara tegas melarang israf dalam QS. Al-Isra ayat 27 yang menyatakan

bahwa orang-orang yang boros adalah saudara-saudara setan. Namun, dimensi gharar dan israf ini belum banyak dianalisis secara mendalam dalam penelitian terdahulu, khususnya dalam konteks ekonomi digital berbasis live streaming (Sari, 2025).

Secara teoritis, fikih muamalah memberikan kerangka yang jelas dalam menilai keabsahan suatu transaksi, termasuk kejelasan akad, kerelaan para pihak, serta ketiadaan unsur yang dilarang seperti gharar, maisir, dan israf (Widjanarko et al., 2025). Dalam konteks gift virtual berbayar, diperlukan analisis mendalam untuk menentukan jenis akad yang terjadi, apakah termasuk ju'alah, hibah, atau bentuk akad lain yang berkembang secara kontemporer. Selain itu, pendekatan maqashid al-syariah menjadi penting untuk menilai apakah praktik gift virtual benar-benar membawa kemaslahatan atau justru menimbulkan mudarat bagi individu dan masyarakat. Oleh karena itu, kajian fikih muamalah kontemporer sangat relevan digunakan untuk memahami dinamika transaksi digital yang tidak dikenal dalam praktik muamalah klasik.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik gift virtual berbayar pada aplikasi streaming dari perspektif fikih muamalah, dengan fokus pada penentuan jenis akad yang digunakan, identifikasi unsur gharar dalam mekanisme transaksinya, serta analisis potensi israf dalam perilaku pemberian gift. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai posisi hukum gift virtual dalam Islam, sehingga dapat menjadi pedoman bagi pengguna Muslim, baik sebagai penonton maupun kreator konten, dalam menjalankan aktivitas digital yang sesuai dengan prinsip syariah.

Adapun kontribusi penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan teoretis bagi pengembangan kajian fikih muamalah kontemporer, khususnya dalam konteks transaksi digital dan ekonomi kreatif berbasis platform. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi masyarakat, kreator konten, serta pengelola platform streaming dalam menerapkan praktik gift virtual yang lebih transparan, adil, dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi lembaga fatwa dan regulator dalam merumuskan panduan atau kebijakan terkait muamalah digital di era ekonomi berbasis teknologi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif (P. Sugiyono, 2010) dengan desain penelitian deskriptif-analitis, karena bertujuan untuk memahami dan menganalisis fenomena gift virtual berbayar dalam aplikasi streaming secara mendalam dari perspektif fikih muamalah. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini tidak berfokus pada pengukuran hubungan variabel secara statistik, melainkan pada penafsiran makna, pola transaksi, serta kesesuaian praktik gift virtual dengan prinsip akad, gharar, dan israf dalam hukum Islam. Desain deskriptif-analitis digunakan untuk menggambarkan praktik gift virtual sebagaimana terjadi di lapangan, kemudian dianalisis menggunakan teori fikih muamalah dan maqashid al-syariah (D. Sugiyono, 2013)

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pengguna aplikasi live streaming yang terlibat dalam praktik gift virtual berbayar, khususnya kreator konten dan penonton aktif di platform TikTok Live di Indonesia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria tersebut meliputi: (1) kreator konten yang secara aktif menerima gift virtual berbayar, (2) pengguna yang pernah memberikan gift virtual, dan (3) memiliki pengalaman minimal enam bulan menggunakan fitur live streaming.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap beberapa konten kreator live streaming di aplikasi TikTok, penelitian ini menemukan bahwa live streaming merupakan ruang utama terjadinya praktik gift virtual berbayar, bukan sekadar fitur tambahan dalam platform (Ammah, 2024). Dalam sesi live streaming, interaksi antara kreator dan penonton berlangsung secara langsung (real time), sehingga menciptakan kedekatan emosional, dorongan partisipasi, serta respons instan dari kreator terhadap penonton. Kondisi ini mendorong penonton untuk mengirim gift sebagai bentuk dukungan, apresiasi, atau upaya mendapatkan perhatian secara langsung. Dengan demikian, live streaming berfungsi sebagai medium yang secara aktif memicu terjadinya transaksi ekonomi digital dalam waktu singkat dan berulang (Febrianti et al., 2024).

Kasus Willie Salim menunjukkan bagaimana live streaming dimanfaatkan secara strategis untuk menghasilkan pendapatan dalam jumlah sangat besar (Habibah et al., 2025). Dalam sesi live streaming-nya, Willie Salim tidak hanya menyajikan hiburan, tetapi juga mengombinasikannya dengan program giveaway bernilai tinggi, promosi produk pribadi, serta interaksi intens dengan penonton. Giveaway seperti “Giveaway 1 Miliar” yang dilakukan saat live streaming menciptakan ekspektasi dan antusiasme penonton, sehingga mendorong mereka untuk terus bertahan dalam siaran dan mengirim gift secara berulang. Pada konteks ini, gift virtual tidak lagi sekadar hadiah sukarela, melainkan menjadi bagian dari ekosistem live streaming yang bersifat komersial dan terstruktur. Hal inilah yang menjelaskan mengapa pendapatan Willie Salim dari satu sesi live streaming dapat mencapai ratusan juta hingga miliaran rupiah (KompasTekno, 2022).

Sementara itu, pada kreator dengan skala menengah, live streaming tetap menjadi sumber pendapatan penting, meskipun tidak sebesar kreator papan atas. Berdasarkan keterangan Natasya, penghasilan dasar dari aktivitas live streaming relatif terbatas dan bergantung pada kerja sama dengan agensi atau platform. Namun, live streaming membuka peluang pendapatan tambahan melalui gift virtual yang tidak dibatasi jumlah maupun nilainya. Selama sesi live berlangsung, penonton dapat mengirim gift kapan saja, sehingga pendapatan kreator dapat meningkat secara signifikan dalam waktu singkat. Hal ini menunjukkan bahwa live streaming menciptakan ketidakpastian pendapatan, tetapi sekaligus peluang ekonomi yang besar, terutama ketika interaksi dengan penonton berlangsung intens.

Temuan lain yang memperkuat peran live streaming sebagai pemicu gift virtual terlihat dari pengalaman Nanat, yang menyatakan bahwa saweran terbesar diperolehnya dalam satu sesi live streaming, bahkan melebihi gaji pokoknya sebagai streamer. Momentum live, jumlah penonton yang sedang ramai, serta atmosfer hiburan yang terbentuk selama siaran langsung menjadi faktor utama meningkatnya gift yang diterima. Namun, Nanat juga menegaskan bahwa pendapatan dari gift sangat bergantung pada situasi live streaming

dan tidak selalu terjadi di setiap sesi. Hal ini menegaskan bahwa live streaming bersifat fluktuatif dan emosional, baik bagi kreator maupun penonton (KompasTekno, 2022).

Untuk memperjelas variasi pendapatan kreator yang dihasilkan melalui aktivitas live streaming, hasil penelitian ini dirangkum dalam Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Perbandingan Perkiraan Pendapatan Kreator Live Streaming TikTok

Nama Kreator	Skala Kreator	Sumber Pendapatan Utama dalam Live Streaming	Perkiraan Pendapatan
Willie Salim	Besar	Gift virtual, giveaway live streaming, endorsement, penjualan produk pribadi	Ratusan juta hingga miliaran rupiah per sesi
Natasya	Menengah	Gaji agensi live streaming + gift virtual	± Rp 3 juta/bulan (di luar gift)
Nanat	Menengah	Gaji agensi live streaming + saweran penonton	Saweran hingga Rp 6–9 juta per sesi

Berdasarkan Tabel 1, terlihat bahwa live streaming menjadi faktor utama pembeda tingkat pendapatan antar kreator, baik pada skala besar maupun menengah. Pada kreator skala besar seperti Willie Salim, live streaming berfungsi sebagai pusat aktivitas ekonomi digital yang terintegrasi. Gift virtual tidak berdiri sendiri, tetapi menjadi bagian dari rangkaian strategi live streaming yang mencakup giveaway bernilai tinggi, promosi produk, serta interaksi intens dengan penonton. Hal ini menyebabkan pendapatan dari satu sesi live streaming dapat melampaui pendapatan bulanan kreator pada umumnya, bahkan mencapai ratusan juta hingga miliaran rupiah.

Sebaliknya, pada kreator skala menengah seperti Natasya dan Nanat, live streaming tetap berperan penting, tetapi dengan karakteristik yang berbeda. Pendapatan utama masih berasal dari kerja sama dengan agensi atau platform, sementara gift virtual berfungsi sebagai pendapatan tambahan yang tidak tetap. Meskipun demikian, sebagaimana terlihat pada data Nanat, dalam kondisi tertentu seperti sesi live dengan jumlah penonton tinggi dan interaksi yang intens gift atau saweran yang diterima dapat melebihi gaji pokok kreator. Hal ini menegaskan bahwa nilai ekonomi live streaming bersifat situasional dan sangat dipengaruhi oleh dinamika siaran langsung.

Data dalam tabel juga menunjukkan bahwa ketidakpastian pendapatan merupakan ciri utama praktik live streaming, khususnya dari sisi gift virtual. Tidak adanya batas maksimal gift dan tidak adanya kepastian manfaat yang diterima penonton memperlihatkan bahwa transaksi yang terjadi selama live streaming sangat bergantung pada emosi, momentum, dan atmosfer hiburan. Dalam konteks fikih muamalah, kondisi ini memperkuat indikasi adanya unsur gharar, terutama pada kreator skala menengah yang tidak mengaitkan gift dengan manfaat atau tujuan yang jelas.

Live streaming pada platform TikTok dapat dipahami sebagai ruang baru terjadinya akad dalam praktik muamalah digital. Dalam fikih muamalah, akad adalah kesepakatan antara dua pihak atau lebih yang menimbulkan akibat hukum terhadap suatu objek transaksi, baik dilakukan secara lisan, tulisan, maupun melalui perbuatan (akad bil fi'li). Dalam konteks live streaming, akad terjadi ketika penonton secara sadar dan sukarela

mengirim gift virtual kepada kreator sebagai bentuk apresiasi, hiburan, atau dukungan. Meskipun tidak diucapkan secara eksplisit, tindakan tersebut mencerminkan adanya kerelaan dari kedua belah pihak. Prinsip ini sejalan dengan firman Allah dalam QS. An-Nisa ayat 29 yang menegaskan larangan memakan harta orang lain dengan cara batil, kecuali melalui perdagangan yang dilakukan atas dasar suka sama suka. Ayat ini menjadi dasar bahwa transaksi digital seperti gift virtual pada live streaming dapat dibenarkan selama dilakukan secara ridha, transparan, dan tidak mengandung unsur penipuan.

Namun demikian, praktik live streaming juga tidak terlepas dari potensi gharar. Gharar dalam fikih muamalah merujuk pada ketidakjelasan atau ketidakpastian dalam suatu transaksi, baik terkait objek, manfaat, maupun konsekuensi yang ditimbulkan. Dalam live streaming TikTok, unsur gharar muncul ketika penonton tidak memiliki kepastian mengenai manfaat konkret yang akan diperoleh setelah mengirim gift virtual. Sebagian penonton mengharapkan respons, perhatian khusus, atau peluang memenangkan giveaway, tetapi hal tersebut tidak selalu terwujud. Ketidakpastian ini menjadikan transaksi gift virtual berpotensi mengandung gharar apabila ekspektasi penonton tidak diimbangi dengan kejelasan dari pihak kreator. Larangan terhadap praktik yang mengandung unsur ketidakjelasan ini selaras dengan QS. Al-Baqarah ayat 188:

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ

artinya : Janganlah kamu makan harta di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada para hakim dengan maksud agar kamu dapat memakan sebagian harta orang lain itu dengan jalan dosa, padahal kamu mengetahui.

Ayat ini melarang memperoleh harta dengan cara yang batil, karena transaksi yang tidak jelas dapat merugikan salah satu pihak dan membuka peluang terjadinya ketidakadilan. Dalam konteks live streaming, unsur gharar dapat semakin kuat ketika kreator secara implisit membangun harapan tertentu kepada penonton tanpa memberikan kejelasan mekanisme atau hasil yang akan diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar skala dan intensitas komersialisasi live streaming, semakin besar pula potensi gharar yang menyertainya.

Oleh karena itu, kejelasan niat, transparansi konten, serta pengelolaan ekspektasi audiens menjadi faktor penting dalam menilai kesesuaian praktik live streaming dengan prinsip fikih muamalah.

Beberapa bentuk gharar yang ditemukan dalam praktik live streaming antara lain:

- a) ketidakjelasan imbal balik yang diperoleh penonton setelah mengirim gift;
- b) tidak adanya kepastian nilai manfaat selain hiburan sesaat;
- c) ketergantungan pada janji implisit, seperti peluang diperhatikan atau disebutkan oleh kreator;
- d) sistem platform yang tidak sepenuhnya dipahami oleh pengguna, khususnya terkait pembagian pendapatan gift.

Selain gharar, live streaming juga berpotensi mendorong perilaku israf, yaitu pembelanjaan harta secara berlebihan dan melampaui batas kebutuhan. Israf tidak semata-mata diukur dari besar kecilnya nominal, tetapi dari orientasi dan tujuan penggunaan harta tersebut. Dalam sesi live streaming, terutama yang bersifat kompetitif seperti adu gift atau peringkat donatur, penonton kerap terdorong untuk terus mengirim gift demi mendapatkan pengakuan sosial atau kepuasan emosional sesaat. Perilaku ini bertentangan dengan nilai keseimbangan yang diajarkan Islam. Allah secara tegas melarang israf dalam QS. Al-Isra ayat 26–27:

وَاتِذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذُرْ تَبْذِيرًا إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ ۚ كَفُورًا

Artinya: Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.

Ayat ini menyatakan bahwa orang-orang yang boros adalah saudara-saudara setan, serta menegaskan pentingnya pengelolaan harta secara bertanggung jawab. Fenomena israf dalam live streaming juga dapat dilihat dari kebiasaan sebagian penonton yang mengeluarkan dana dalam jumlah besar secara berulang tanpa perencanaan, bahkan melebihi kemampuan ekonominya. Dalam hal ini, live streaming tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga ruang yang membentuk pola konsumsi impulsif. Hal ini bertentangan dengan perintah Allah dalam QS. Al-A'raf ayat 31 yang mengingatkan agar manusia tidak berlebih-lebihan dalam membelanjakan harta, karena Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.

Beberapa indikasi perilaku israf dalam praktik live streaming antara lain (Irwandi, 2025):

- a) pengiriman gift secara berulang tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan kemampuan finansial;
- b) dorongan emosional akibat atmosfer kompetisi dalam live streaming;
- c) orientasi pada pengakuan sosial semata, bukan nilai manfaat;
- d) konsumsi digital yang bersifat impulsif dan tidak berkelanjutan.

Secara keseluruhan, praktik live streaming TikTok sebagai ruang interaksi ekonomi menunjukkan adanya dinamika akad muamalah yang kompleks. Di satu sisi, gift virtual dapat dipandang sebagai bentuk transaksi yang sah apabila dilandasi kerelaan dan kejelasan. Namun di sisi lain, praktik ini juga berpotensi mengandung unsur gharar dan israf apabila tidak dikendalikan dengan prinsip kehati-hatian dan nilai etika Islam. Oleh karena itu, kajian fikih muamalah menjadi penting untuk memberikan batasan normatif agar praktik live streaming tetap sejalan dengan prinsip keadilan, transparansi, dan kemaslahatan (Yulianinda et al., 2025)

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa praktik gift virtual berbayar dalam live streaming pada aplikasi digital, khususnya TikTok, merupakan fenomena muamalah kontemporer yang melibatkan interaksi ekonomi nyata dengan mekanisme digital. Dari perspektif fikih muamalah, gift virtual dapat dikategorikan sebagai akad hibah atau ju'alah tergantung pada konteks, tujuan, dan ekspektasi yang dibangun dalam sesi live streaming. Namun, dalam praktiknya ditemukan potensi gharar akibat ketidakjelasan manfaat yang diterima penonton setelah pemberian gift, terutama ketika transaksi didorong oleh janji implisit atau ekspektasi yang tidak pasti. Selain itu, atmosfer interaktif dan kompetitif dalam live streaming juga berpotensi mendorong perilaku israf, yaitu pembelanjaan harta secara berlebihan dan impulsif tanpa pertimbangan kemaslahatan. Oleh karena itu, praktik gift virtual berbayar memerlukan penguatan prinsip transparansi, pengelolaan ekspektasi audiens, serta kesadaran etika konsumsi agar selaras dengan nilai keadilan dan keseimbangan dalam Islam. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar pengembangan kajian fikih muamalah digital serta pedoman praktis bagi kreator, penonton, dan pengelola platform.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, S. K. (2025). *Mediatisasi Perilaku Sedekah Dan Mengemis Online Melalui Aplikasi Tiktok*.
- Amalia, R. Y. (2024). *Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Perolehan Gift Diamond Dalam Live Streaming Pada Aplikasi Tiktok: Studi Pada Akun Tiktok@Idupnyasukagabut*.
- Amma, N. (2024). *Praktik Pemberian Hadiah Dalam Live Steaming Pada Aplikasi Tiktok Menurut Perspektif Ibnu Qudamah*.
- Azzahra, M., Alma, L. D., Azzahra, I. N., & Wismanto, W. (2024). Gharar Konsep Memahami Dalam Fiqih: Definisi Dan Implikasinya Dalam Transaksi. *Hikmah: Jurnal Studi Pendidikan Agama Islam*, 1(4), 145–153.
- Esperanza, S. (2023). *Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Jual Beli Gift Sticker Pada Platform Tiktok*.
- Fatoni, F. (2025). *Pengguna Internet Indonesia Tembus 212 Juta Orang Pada Tahun 2025—Tagar.Co*. <https://Tagar.Co/Pengguna-Internet-Indonesia-Tembus-212-Juta-Orang-Pada-Tahun-2025/>
- Febrianti, A. R., Rahman, M. F., & Rambe, I. H. (2024). *Motif “Sedekah Online” Generasi-Z Di Tiktok (Studi Kasus Motif Generasi-Z Pada Aktivitas Virtual Gift Di Live Streaming Akun Tiktok@Threeshester)*.
- Habibah, U. N., Harahap, N. S. D., Salsabila, H., & Tama, A. S. (2025). Strategi Meningkatkan Pendapatan Di Era Digitalisasi: Studi Kasus Platform Tiktok. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 3(1), 86–101.
- Irwandi, F. G. (2025). *Perilaku Pembelian Impulsif Masyarakat Muslim Melalui Live Streaming Tiktok Shop Di Dki Jakarta*. *Journal Of Islamic Economics And Finance Research*,

1(1), 89–108.

Sari, A. P. (2025). Doom Spending Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah: Israf Dan Tabdzir. *Eskalasi*, 1(1), 31–44.

Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

Sugiyono, P. (2010). *Metode Peneliiian. Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

Syahputra, H. R., & Zen, M. (2025). Takaful Batasan Gharar Dalam Asuransi Syariah: Analisis Fiqh Klasik Dan Model Takaful Kontemporer. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(5).

Widjanarko, I. K., Hafidz, M. B., Jundiah, N. E., & Anjani, E. S. (2025). Implementasi Transaksi Digital Dalam Perspektif Fiqh Muamalah. *Media Riset Bisnis Manajemen Akuntansi*, 1(1), 68–76.

Wijaya, A. C., Khairunnisa, K., Nasution, A. H. L., Fatmasari, L., Az-Zahra, R. S. S., & Fajrussalam, H. (2025). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Fenomena Memberikan Dan Mendapatkan Gift Pada Live Streaming Aplikasi Youtube. *Al-Mabsut: Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 19(1), 159–168.

Yulianinda, L. D., Indrawijaya, S., & Pratama, A. (2025). Pengaruh Live Streaming Dan Content Marketing Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pengguna Platform Tiktok Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Generasi Z Di Kota Jambi). *Bertuah Jurnal Syariah Dan Ekonomi Islam*, 6(2), 361–383.

Yusgiantara, A. (2024). Menghindari Perilaku Berlebihan: Membumikan Gaya Hidup Islami Dalam Mengatasi Israf, Tabdzir, Dan Bakhil. *Jurnal Media Akademik (Jma)*, 2(10).