BAB II

LANDASAN TEORI

Dalam bagian ini, akan dibahas berbagai teori yang relevan untuk mendukung pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan Program Lapak Berkah IZI. Adapun teori-teori yang akan dijelaskan mencakup: Program Lapak Berkah Di IZI Bengkulu, Tinjauan Tentang Program, Tinjauan Tentang Pelaku Usaha, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Program Lapak Berkah IZI Bengkulu.

A. Tinjauan Tentang Program

Program adalah rangkaian pernyataan yang merangkum beberapa tujuan atau harapan yang saling terkait dan bergantung satu sama lain, dengan tujuan untuk mencapai sasaran yang sama. Secara umum, program mencakup berbagai kegiatan yang berada dalam satu unit administrasi atau tujuan-tujuan yang saling mendukung dan melengkapi, yang semuanya harus dilaksanakan baik secara bersamaan maupun bertahap.¹²

Program sering dihubungkan dengan perencanaan, persiapan, serta desain atau rancangan. Desain sendiri berasal dari kata "decine" dalam bahasa Inggris, yang berarti rencana. Dalam konteks pembelajaran, desain merujuk pada rencana pembelajaran, yang juga sering disebut sebagai program pembelajaran.¹³

Menurut Sunarto, program adalah sekumpulan instruksi dalam berbagai bentuk, seperti skema, kode, dan bahasa. Tujuannya adalah untuk menjalankan fungsi tertentu pada komputer.

¹² Muhaimin, Suti'ah, dan Sugeng Listyo Prabowo, 2009, Manajemen Pendidikan, Jakarta: Kencana, Hlm. 349

¹³ Mudasir, 2012, Desain Pembelajaran, Indragiri Hulu : STAI Nurul Falah, Hlm. 1

Makna serupa juga diungkapkan oleh Sugiyono. Menurutnya, program adalah serangkaian instruksi yang ditulis dalam bahasa yang dapat dipahami oleh komputer. Penyusunan program tersebut dilakukan dengan cara yang sistematis dan logis.

Menurut Sindhunata, program adalah serangkaian pernyataan yang disusun secara berurutan dan memiliki kesamaan. Secara lebih rinci, pernyataan-pernyataan tersebut berfungsi sebagai panduan agar komputer dapat menjalankan perintah dengan tepat.¹⁴

B. Tinjauan Tentang Perspektif Pelaku Usaha

1. Pengertian Perspektif

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, perspektif adalah cara melihat, pandangan, atau cara menggambarkan suatu objek dalam tiga dimensi (panjang, lebar, dan tinggi) pada permukaan datar.¹⁵ Kata perspektif berasal dari bahasa Latin "perspicere" yang berarti "gambar, melihat, atau pandangan". Secara etimologis, perspektif merujuk pada sudut pandang yang digunakan untuk memahami atau memberi makna terhadap suatu permasalahan. Hal ini terjadi karena manusia sebagai makhluk sosial sering memiliki pandangan dan pendapat yang berbeda ketika menghadapi suatu hal. Oleh karena itu, perbedaan perspektif sering kali menjadi penyebab terjadinya perbedaan pendapat.

Perspektif, meskipun terlihat serupa dengan persepsi, sebenarnya bukanlah persepsi itu sendiri, melainkan merupakan panduan bagi persepsi kita. Perspektif memengaruhi apa yang kita lihat dan bagaimana kita menginterpretasikan apa yang kita lihat.

¹⁴ <https://www.infomase.com/pengertian-program/> [diakses 22 Januari 2022]

¹⁵ <http://kbbi.web.id/perspektif.html> diakses pada tanggal 5 April, 2021.

Secara sederhana, perspektif dapat diartikan sebagai sudut pandang.¹⁶

Menurut Sarlito Wirawan Sarwono yang dikutip oleh Nyayu Saroya dalam karya tulis berjudul Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Kompetensi Dosen Dalam Mengajar Pada Program Studi PAI Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Raden Fatah Palembang, persepsi adalah keterampilan seseorang dalam melakukan pengamatan, yang meliputi kemampuan untuk membedakan, mengelompokkan, dan memfokuskan perhatian. Oleh karena itu, orang yang berbeda dapat memiliki persepsi yang berbeda meskipun objek yang diamati sama, hal ini disebabkan oleh perbedaan nilai dan karakteristik masing-masing individu.¹⁷

2. Pengertian Pelaku Usaha

Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.¹⁸

Menurut Mariam Darus badrul zaman mendefinisikan pelaku usaha dengan cara mengambil alih pengertian yang

¹⁶ Ana Nadhya Abrar, *Kebijakan Komunikasi*, (Yogyakarta: Gava Media, 2008), Hlm.1.

¹⁷ Nyayu Saroya, "Analisis Persepsi Mahasiswa Terhadap Kompetensi Dosen Dalam Mengajar Pada Program Studi PAI Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Raden Fatah Palembang," *Tadrib*, vol. 4, no. 1, (Juni 2018) Hlm 186.

¹⁸ Amanda Ayu Rizkia, Suci Rahmawati, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Anti Monopoli Dan Persaingan Bisnis Tidak Sehat : Globalisasi Ekonomi, Persaingan Usaha, Dan Pelaku Usaha*. (Literature Review Etika), *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, Vol. 2 No. 5, 2021. Hlm 636

digunakan oleh kepustakaan Belanda, yaitu "semua individu yang menggunakan barang dan jasa secara konkret dan riill".¹⁹

Menurut Muhammad dan alimin mendefinisikan pelaku usaha berangkat dari pandangan atau konsep Islam terhadap harta, hak dan kepemilikan dengan transaksi atau tidak, sesuai dengan prinsip-prinsip perlindungan konsumen dalam Islam. Definisi pelaku usaha adalah " setiap orang, kelompok atau badan hukum pemakai suatu harta atau jasa karena adanya hak yang sah, baik iya dipakai untuk pemakaian akhir ataupun untuk proses produksi selanjutnya"

Menurut pakar pelaku usaha di Belanda Hondius menyimpulkan, para ahli hukum pada umumnya sepakat mengartikan pelaku usaha sebagai pemakai produksi terakhir dari benda dan jasa.

Menurut UU Nomor 5 tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat menentukan pengertian "pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan di wilayah Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama, melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi".²⁰

¹⁹ Amanda Ayu Rizkia, Suci Rahmawati, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Anti Monopoli Dan Persaingan Bisnis Tidak Sehat : Globalisasi Ekonomi, Persaingan Usaha, Dan Pelaku Usaha. (Literature Review Etika), *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, Vol. 2 No. 5, 2021. Hlm 636

²⁰ Meriza Elpha Darnia Dkk. "Pelanggaran Hak Konsumen Atas Transparansi Dari Pelaku Usaha Di Pasar Tradisional Terkait Barang Dagangannya (Studi Kasus di Pasar Dupa Pekanbaru)". *Jurnal Multilingual*. Vol. 3, No. 4, 2023. Hlm 448-449.

Sementara itu ruang lingkup yang diberikan Sarjana Ekonomi yang tergabung dalam Ikatan Sarjana Ekonomi Indonesia (ISEI) mengenai pelaku usaha adalah sebagai berikut:

- a. Investor yaitu pelaku usaha penyedia dana untuk membiayai berbagai kepentingan seperti perbankan, usaha leasing, tengkulak, penyedia danadan lain sebagainya.
- b. Produsen, yaitu pelaku usaha yang membuat, memproduksi barang dan/atau jasa dari barang-barang dan atau jasa lain (bahan baku, bahan tambahan/penolong dan bahan-bahan lainnya). Pelaku usaha dalam kategori ini dapat terdiri dari orang/badan usaha yang berkaitan dengan pangan, orang/badan yang memproduksi sandang, orang/badan usaha yang berkaitan dengan pembuatan perumahan, orang/badan yang berkaitan dengan jasa angkutan, perasuransian, perbankan, orang/badan yang berkaitan dengan obat-obatan, kesehatan dan sebagainya.
- c. Distributor, yaitu pelaku usaha yang mendistribusikan atau memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut kepada masyarakat. Pelaku usaha pada kategori ini misalnya pedagang retail, pedagang kaki lima, warung, toko, supermarket, rumah sakit, usaha angkutan (darat, laut, udara), kantor pengacara, dan sebagainya.²¹

Bentuk Pelaku Usaha menurut Pasal 1 butir 3 PP No.58 Tahun 2001

²¹ Anisa Shopia Latifa, Efektivitas Zakat Produktif Pada Program Lapak Berkah Di Inisiatif Zakat Indonesia (Izi) Perwakilan Riau. Skripsi. *Terbit* (Riau-Pekan Baru: Fakultas Syariah Dan Hukum, 2023). Hlm 25-26

1. Orang perorangan, yaitu setiap individu yang melakukan kegiatan usahanya secara seorang diri.
2. Badan usaha, yaitu kumpulan individu yang secara bersama-sama melakukan kegiatan usaha. Badan usaha dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori, antara lain :
 1. Badan hukum, adalah badan usaha yang sudah mendaftarkan dirinya di notaris untuk mendapatkan akta pendirian yang sudah disahkan oleh Menteri Hukum dan HAM seperti Perseroan Terbatas (PT).
 2. Bukan badan hukum, adalah badan usaha yang mendaftarkan dirinya di notaris yang hanya memiliki akta otentik dan tidak memiliki akta pendirian yang disahkan oleh Menteri Hukum dan HAM, seperti Firma²²

3. Perspektif pelaku usaha

Perspektif pelaku usaha mengacu pada cara pandang, sikap, dan pemahaman yang dimiliki oleh individu atau kelompok yang terlibat dalam aktivitas bisnis terhadap berbagai hal yang memengaruhi dan berkaitan dengan kegiatan usaha mereka.²³ Perspektif ini mencakup bagaimana pelaku usaha melihat dan menilai peluang, tantangan, risiko, serta strategi yang diambil dalam menjalankan bisnis mereka. hal yang memengaruhi dan berkaitan dengan kegiatan usaha mereka.²⁴

Dalam konteks ini, perspektif pelaku usaha tidak hanya sekadar pandangan umum, tetapi lebih kepada kerangka berpikir

²² <https://jurnalhukum.com/pengertian-pelaku-usaha/>, diakses 25 mei 2024, pukul 10:23 WIB.

²³ Handayani, S. Perspektif Pelaku Usaha dalam Menghadapi Persaingan Pasar. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(3), 2021 Hlm 45-60

²⁴ Purnomo, A. Strategi Bisnis dan Perspektif Pelaku Usaha di Era Digital. *Jurnal Manajemen*, 18(2), 2020. Hlm 112-125.

yang memandu keputusan dan tindakan mereka.²⁵ Perspektif ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman sebelumnya, tujuan usaha, kondisi pasar, teknologi yang ada, serta nilai dan budaya yang berlaku dalam lingkungan bisnis tersebut.²⁶

Faktor yang Mempengaruhi Perspektif Pelaku Usaha:

a. Pengalaman dan Pengetahuan

Pengalaman masa lalu seorang pelaku usaha sangat memengaruhi cara mereka menilai situasi bisnis.²⁷ Pelaku usaha yang memiliki pengalaman sukses dalam menjalankan bisnis mungkin memiliki pandangan yang optimis terhadap peluang, sedangkan mereka yang pernah gagal mungkin cenderung lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan.²⁸

b. Tujuan dan Visi Bisnis

Setiap usaha memiliki tujuan dan visi yang berbeda. Perspektif pelaku usaha akan sangat dipengaruhi oleh apa yang ingin dicapai, apakah untuk pertumbuhan jangka panjang, profitabilitas, atau keberlanjutan sosial.²⁹ Tujuan ini akan memandu mereka dalam mengambil langkah-langkah strategis.³⁰

c. Kondisi Pasar

²⁵ Tanjung, M. Kerangka Pemikiran dalam Perspektif Pelaku Usaha. Makalah Seminar Nasional Ekonomi, Jakarta. 2019

²⁶ Sugiharto, B. Pengaruh Pengalaman dan Tujuan Bisnis terhadap Perspektif Pelaku Usaha. *Jurnal Perencanaan Bisnis*, 10(4), 2021. Hlm 78-92.

²⁷ Alamsyah, R. Pengaruh Pengalaman Pelaku Usaha terhadap Keputusan Bisnis. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 15(1), 2020. Hlm 34-47.

²⁸ Darmawan, P. Pengalaman Usaha dan Pengambilan Keputusan. *Jurnal Manajemen Strategik*, 17(3), 2021. Hlm 88-102.

²⁹ Setiawan, D. Tujuan dan Visi Bisnis dalam Perspektif Pelaku Usaha. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 20(2), 2022. Hlm 54-68

³⁰ Wijaya, R. Perencanaan Strategis Berdasarkan Visi dan Tujuan Bisnis. *Jurnal Ekonomi dan Perencanaan*, 13(1), 2020. Hlm 65-75.

Kondisi pasar yang dinamis, seperti perubahan kebutuhan konsumen, persaingan, dan tren ekonomi, turut membentuk perspektif pelaku usaha.³¹

Misalnya, dalam pasar yang sangat kompetitif, pelaku usaha mungkin lebih fokus pada inovasi produk atau diferensiasi untuk mempertahankan posisi pasar.³²

C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan

1. Aspek Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan upaya penting dalam menciptakan usaha baru yang berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Upaya ini memerlukan dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah,³³ dunia usaha, serta pemangku kepentingan lainnya. Pengembangan usaha baru kini menjadi salah satu pilar kekuatan ekonomi yang mampu bertahan dalam perubahan ekonomi global.

Krisis ekonomi global telah membuktikan bahwa, di saat perusahaan besar banyak yang mengalami penurunan kinerja bahkan menutup usaha, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) justru mampu tumbuh dan berkembang. Fenomena ini juga terlihat di Indonesia, baik pada masa krisis moneter tahun 1998 maupun krisis global 2008–2009.³⁴

³¹ Kusnadi, A. Analisis Dampak Perubahan Pasar terhadap Perspektif Pelaku Usaha. *Jurnal Pemasaran*, 14(3), 2019. Hlm 101-112.

³² Hidayat, F. Diferensiasi Produk dalam Persaingan Pasar. *Jurnal Bisnis Internasional*, 16(4), 2021. Hlm 124-138

³³ Wennekers, S., van Stel, A., Thurik, R., & Reynolds, P. Nascent Entrepreneurship and the Level of Economic Development. *Small Business Economics*, 24(3), (2005). Hlm 293-309.

³⁴ Tambunan, T. The Indonesian Experience with Two Big Economic Crises. *Modern Economy*, 1(3), (2010). Hlm 156-167.

Dalam hal ini, program "Lapak Berkah" dari Inisiatif Zakat Indonesia perwakilan Bengkulu menjadi contoh nyata dari dukungan bagi pelaku usaha kecil. Melalui pendekatan cerita pengalaman, para pelaku usaha di Bengkulu yang ikut serta dalam program ini berhasil mengembangkan bisnis mereka, membuktikan bahwa bantuan yang tepat dapat meningkatkan daya tahan UMKM dalam menghadapi berbagai tantangan ekonomi.

2. Aspek Inovasi

Inovasi yang efektif akan mendukung manajemen dalam mencapai kinerja yang lebih optimal, sehingga kelangsungan dan keberlanjutan usaha dapat terus berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan, termasuk tujuan program Lapak Berkah IZI. Kemampuan inovasi, seperti pengembangan ide-ide baru, produk inovatif, serta pembaruan proses dan layanan, memungkinkan pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing dan ketahanan usahanya, sehingga program IZI dapat memberikan dampak yang lebih besar dan berkelanjutan bagi para penerima manfaat di Bengkulu.³⁵

3. Aspek Kualitas Produk dan Loyalitas Pelanggan

Program Lapak Berkah dari IZI Bengkulu berfokus menyediakan produk berkualitas untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kualitas produk menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan pembelian dan loyalitas konsumen.

³⁵ Septian Wahyudi. "Teori Inovasi: Sebuah Tinjauan Pustaka". *Jurnal Valuta*, Vol. 5 No. 2, 2019. Hlm 97.

Produk yang baik tidak hanya memuaskan pelanggan, tetapi juga mendorong mereka untuk kembali membeli.³⁶

4. Aspek Pemasaran

Keberhasilan program Lapak Berkah dari IZI Perwakilan Bengkulu membawa dampak positif bagi pelaku usaha, sebagaimana tercermin dalam perspektif mereka. Pemasaran berperan penting dalam mendukung usaha, dengan fokus pada penciptaan dan penyampaian nilai serta citra produk atau layanan kepada konsumen. Melalui strategi pemasaran ini, perusahaan membangun hubungan baik yang menguntungkan dengan konsumen, baik individu maupun bisnis.³⁷

5. Aspek Manajemen Usaha Kecil

Manajemen berperan penting dalam keberhasilan program "Lapak Berkah" IZI perwakilan Bengkulu. Meski program ini potensial, tanpa manajemen dan organisasi yang baik, pencapaian tujuan akan sulit. Dengan perencanaan dan pengelolaan sumber daya yang sesuai, pelaku usaha dalam program ini dapat lebih mudah mencapai hasil yang diharapkan.³⁸

6. Aspek Keberlanjutan Usaha

Tantangan utama dalam menentukan proposisi nilai inovasi model bisnis adalah menemukan tujuan dan penawaran yang menjamin keunggulan kompetitif jangka panjang. Keberhasilan program Lapak Berkah IZI Bengkulu bergantung pada dukungannya yang berkelanjutan bagi pelaku usaha

³⁶ Yuyuk Liana dkk." Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Shopee." *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 12, No. 1, 2024. Hlm 79.

³⁷ Muhammad Aditya Wilman Dkk. " Analisis Aspek Pemasaran Segmentation, Targeting, Brand Positioning dan Bauran Pemasaran Pada Cocolos Indonesia". *Jurnal Ilmiah Nasional*. Vol. 2, No. 1, 2020. Hlm 29

³⁸ Lailatul Qomariyah, Abdur Rohman." Analisis Aspek Manajemen Pada UMKM Kacang Sangrai Desa Poreh Kabupaten Sumenep Dalam Perspektif Studi Kelayakan Bisnis." *Jurnal Media Akademik*. Vol. 2, No. 6, 2024. Hlm 2-3.