

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan menengah (UMKM) mempunyai peranan penting sebagai sektor yang memiliki potensial dan penjaga stabilitas perekonomian. Secara umum mengingat usaha kecil dan menengah mempunyai keterlibatan yang sangat tinggi terhadap peningkatan kerja dan peningkatan kesejahteraan rakyat. UMKM adalah bisnis atau usaha yang dijalankan oleh perseorangan, rumah tangga, maupun badan usaha kecil.¹

Wakil Presiden RI, KH. Ma'ruf Amin, meresmikan 50 unit program *Z-Mart* yang akan dikelola oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) di Provinsi Bengkulu, dengan total nilai bantuan sebesar Rp.465 juta. Program ini bertujuan untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat. Program *Z-Mart* yang diluncurkan kali ini merupakan bagian dari total 640 unit *Z-Mart* yang tersebar di berbagai wilayah di Indonesia, dengan jumlah bantuan mencapai Rp6.260.000.000.²

Program *Z-Mart* merupakan program pemberdayaan ekonomi dalam bentuk pengembangan warung/toko yang

¹ Salman Al Farisi, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto, "Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat," *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah* 9, no. 1 (2022): 73–84.

² Humas BAZNAS RI, "Berdayakan Ekonomi Masyarakat, Wapres RI Luncurkan Program Zmart BAZNAS Di Bengkulu," https://baznas.go.id/Press_Release/baca/Berdayakan_Ekonomi_Masyarakat,_Wapres_RI_Luncurkan_Program_Zmart_BAZNAS_di_Bengkulu/1500. di akses pada tanggal 08 desember 2024

dimiliki mustahik dengan skala mikro sampai kecil untuk mengatasi kemiskinan di wilayah urban. Tujuan dari pelaksanaan program ini adalah meningkatkan kapasitas warung sehingga dapat tumbuh dan berkembang di tengah pasar retail modern serta mengatasi kemiskinan.³

Dengan ini, Penting nya penelitian dilakukan bahwa sering kali permasalahan yang di hadapi pada toko ritel (*Z-Mart*) menghadapi kesulitan bersaing dengan jaringan ritel modern atau minimarket konvensional yang memiliki modal besar, lokasi strategis, dan sistem operasional yang efisien, Sehingga perlu nya analisis faktor pendukung keberhasilan usaha ritel *Z-Mart* dalam peningkatan omzet seperti tanggung jawab sosial, karakter usaha, religiusitas pemilik usaha.

Hasil penelitian dari Yulya Srinovita, Deden Kuswandi, Budi Asmita, Fahrudin Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Republik Indonesia dengan judul Dampak program *Z-Mart* Badan Amil Zakat terhadap Peningkatan Kesejahteraan masyarakat dalam INTERNASIONAL ZAKAT 2019 ISSN: 2655-6251. Hasil penelitian menunjukkan program *Z-Mart* telah berhasil meningkatkan kesejahteraan mustahik melalui peningkatan pendapatan, penurunan praktik rentenir,

³ HUMAS BAZNAS RI, Lewat Program ZMart, BAZNAS Dorong Peningkatan Omzet Usaha Mustahik Binaan, <https://baznas.go.id/news-show/Lewat-Program-ZMart,-BAZNAS-Dorong-Peningkatan-Omzet-Usaha-Mustahik-Binaan/1204>, Di akses 08 desember 2024

dan peningkatan sikap sosial dengan adanya praktik infak dan sedekah.⁴

Sebagai usaha syariah, pemilik *Z-Mart* juga memiliki tanggung jawab sosial untuk menjalankan usahanya sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Ini mencakup menjaga niat dan tujuan yang baik dalam berbisnis, menerapkan nilai-nilai Islam dalam setiap transaksi, serta selalu berusaha meningkatkan kualitas religiusitas dalam kegiatan usahanya. Pemilik diharapkan untuk menjadi teladan yang baik bagi karyawan dan masyarakat, menjalankan bisnisnya dengan amanah, serta berpegang teguh pada nilai-nilai moral dan etika dalam agama Islam. Mengenai efektivitas penerapan tanggung jawab sosial ini sangat memberikan dampak positif bagi para pelaku usaha mikro sehingga dapat memberikan pertumbuhan ekonomi baik di tingkat daerah maupun tingkat nasional agar perkembangan usaha terutama bagi usaha mikro dapat berjalan dengan baik pada khususnya sehingga usaha mikro dapat berkembang dengan adanya tanggung jawab sosial⁵

Selain tanggung jawab sosial, karakter usaha juga memainkan peran krusial dalam membentuk identitas bisnis yang unik dan bernilai di mata konsumen. Karakter usaha yang

⁴ Yulya Srinovita, Deden Kuswandi, and Budi Asmita, "Dampak Program Z-Mart BAZNAS Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat," no. : 2655-6251 (2019): 160–167.

⁵ Eka Travilta Oktaria and Desi Derina Yusda, "Efektivitas Penerapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Mikro," *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis* 5, no. 1 (2020): 37–44.

kuat, seperti jujur, amanah, dan profesional, menjadi landasan penting dalam bisnis syariah. *Z-Mart* mengedepankan prinsip transparansi dan etika dalam segala aspek operasionalnya, yang sejalan dengan harapan konsumen Muslim akan produk dan layanan yang halal serta sesuai dengan ajaran agama. Karakter usaha yang positif tidak hanya meningkatkan reputasi tetapi juga menciptakan kepercayaan yang lebih tinggi dari pelanggan, yang menjadi modal penting dalam meningkatkan loyalitas dan omset usaha. Karakteristik usaha juga menentukan kesuksesan usaha, Karakteristik usaha meliputi asal muasal usaha, sumber modal dan skala usaha.⁶

Selanjutnya, Religiusitas merupakan kecenderungan seseorang terhadap agama yang dianutnya (Islam). Agama yang sudah melekat pada diri seorang individu, maka secara otomatis di setiap perilaku individunya akan menganut pada ajaran agama yang diyakininya. Religiusitas, yang mencakup kesadaran dan komitmen untuk menjalankan prinsip-prinsip agama dalam aktivitas bisnis, dapat mempengaruhi cara pengusaha membuat keputusan, berinteraksi dengan konsumen, dan mengelola usaha. *Z-Mart* sebagai bisnis ritel berbasis syariah berupaya mengedepankan nilai-nilai religius dalam operasional sehari-harinya, yang dapat meningkatkan

⁶ Indarto Indarto and Djoko Santoso, "Karakteristik Wirausaha, Karakteristik Usaha Dan Lingkungan Usaha Penentu Kesuksesan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah," *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis* 13, no. 1 (2020): 54.

minat konsumen untuk berbelanja di gerai mereka dan berkontribusi terhadap peningkatan omset.

Berdasarkan uraian di atas, tanggung jawab sosial, karakter usaha, dan religiusitas dapat dilihat sebagai faktor-faktor penting yang saling berinteraksi dan mempengaruhi keberhasilan usaha *Z-Mart* dalam meraih kepercayaan konsumen dan meningkatkan omset. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh tanggung jawab sosial, karakter usaha, dan religiusitas terhadap peningkatan omset usaha *Z-Mart*. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran nilai-nilai syariah dalam mendukung keberhasilan bisnis ritel berbasis syariah di Indonesia.

B. Ruusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh tanggung jawab sosial terhadap peningkatan omzet usaha *Z-Mart*?
2. Apakah terdapat pengaruh karakteristik usaha terhadap peningkatan omzet usaha *Z-Mart*?
3. Apakah terdapat pengaruh religiusitas terhadap peningkatan omzet usaha *Z-Mart*?
4. Apakah terdapat pengaruh tanggung jawab sosial, karakteristik usaha, religiusitas terhadap peningkatan omzet usaha *Z-Mart*?

5. Seberapa besar pengaruh tanggung jawab sosial, karakteristik usaha, religiusitas terhadap peningkatan omzet usaha *Z-Mart*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh tanggung jawab sosial terhadap peningkatan omzet usaha *Z-Mart*.
2. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik usaha terhadap peningkatan omzet usaha *Z-Mart*.
3. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap peningkatan omzet usaha *Z-Mart*.
4. Untuk mengetahui pengaruh tanggung jawab sosial, karakteristik usaha, religiusitas terhadap peningkatan omzet usaha *Z-Mart*.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tanggung jawab sosial, karakteristik usaha, religiusitas terhadap peningkatan omzet usaha *Z-Mart*.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat diharapkan.

- a. Menambah wawasan dan memperkaya literatur tentang hubungan antara tanggung jawab sosial, karakteristik bisnis khususnya dalam konteks usaha kecil dan menengah (UMKM).

- b. Memberikan adanya kontribusi akademik dalam mengembangkan teori tentang pengelolaan bisnis berbasis nilai sosial dan religius dalam meningkatkan omzet usaha.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Pemilik *Z-Mart*

Memberikan informasi yang berguna untuk membantu pemilik dan pengelola *Z-Mart* dalam mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif dengan memanfaatkan aspek tanggung jawab sosial, karakteristik usaha, dan nilai religiusitas untuk meningkatkan omzet usaha.

- b. Bagi Pelaku UMKM Lainnya

Menjadi acuan atau referensi dalam mengintegrasikan tanggung jawab sosial, nilai-nilai religius, dan karakteristik usaha sebagai elemen strategis untuk meningkatkan performa bisnis.

- c. Bagi Pemerintah dan Lembaga Terkait

Memberikan masukan untuk menyusun kebijakan atau program pembinaan UMKM yang memperhatikan nilai sosial dan religius dalam mendukung pertumbuhan usaha.

E. Penelitian Terdahulu

1. Ardhito Yoga Rasena, Judul “*Pengaruh Pengelolaan Dana CSR Terhadap Omzet Usaha Mikro Binaan LAZ Domper Dhuafa Jawa Timur*”, Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh bantuan dana Corporate Social Responsibility (CSR), pelatihan, pendampingan, karakteristik usaha, dan karakteristik wirausahawan terhadap omzet usaha mikro binaan Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompet Dhuafa Jawa Timur. Teknik pengambilan sample yang digunakan adalah non probability sampling yang sejumlah 32 orang diambil dari jumlah total populasi 40 orang. Data primer dikumpulkan melalui angket, observasi, dan wawancara, sementara untuk teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel berpengaruh secara simultan terhadap omzet usaha mikro binaan LAZ Dompet Dhuafa Jawa Timur. Sedangkan secara parsial, hanya terdapat empat variabel yang berpengaruh secara signifikan yaitu bantuan dana CSR, pelatihan, lama usaha, dan usia dari penerima manfaat.⁷

Perbedaan dengan penelitian saya dari jumlah sampel penelitian ini menggunakan 32 sampel sedangkan saya

⁷ Ardhito Yoga Rasena, *Pengaruh Pengelolaan Dana CSR Terhadap Omzet Usaha Mikro Binaan LAZ Domper Dhuafa Jawa Timur* (Skripsi, Universitas Airlangga, 2020), h. 9

menggunakan 50 sampel. Persamaannya sama-sama membahas tentang tanggung jawab sosial (CSR).

2. Tya Anastasya Manullang, Tirsia Natasha Thenu, Sundari, Birgitta Dian Saraswati, Narissa Febrianti “*Pengaruh Karakteristik Usaha dan Akses LKM Terhadap Omzet Pedagang Mikro Perempuan Salatiga*” Penelitian ini mengevaluasi pengaruh akses Lembaga Keuangan Mikro (LKM) terhadap perkembangan usaha mikro perempuan di Kota Salatiga. Dengan metode kuantitatif dan analisis regresi berganda, penelitian ini melibatkan 90 pelaku usaha mikro perempuan. Variabel yang dikaji meliputi karakteristik usaha, persaingan usaha, status kepemilikan, umur usaha, dan akses LKM terhadap omzet usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik usaha berpengaruh signifikan terhadap omzet pedagang mikro perempuan salatiga, sementara variabel lainnya tidak memiliki dampak signifikan. Mayoritas pelaku usaha mengandalkan modal sendiri (61%), dengan hanya 28% memanfaatkan pinjaman dari LKM, yang dipengaruhi oleh tingginya biaya pinjaman dan prosedur yang rumit. Penelitian ini menyoroti pentingnya peningkatan akses pembiayaan yang lebih inklusif dan strategi pemberdayaan bagi pengusaha perempuan guna mendukung pertumbuhan usaha mikro secara berkelanjutan. Timur.⁸

⁸ Tya Anastasya Manullang , Tirsia Natasha Thenu , Sundari, Birgitta Dian Saraswati, ‘Pengaruh Karakteristik Usaha dan Akses LKM Terhadap Omzet

Perbedaan dengan penelitian saya adalah jumlah sampel dan tempat lembaga dalam pembiayaan program pemberdayaan umkm, persamaanya adalah sama sama mengangkat variabel karakteristik usaha terhadap omzet pedagang umkm.

3. Komang Agnes Suantari, Desak Nyoman Sri Werastuti, *“Pengaruh karakteristik usaha, aspek keuangan, technology capital, dan innovation capital terhadap omzet umkm”* Riset ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh karakteristik usaha, aspek keuangan, technology capital, dan innovation capital terhadap omzet UMKM berbasis ekonomi kreatif subsektor kuliner, fashion, dan kriya di Kabupaten Buleleng. Riset ini memakai metode deskriptif kuantitatif dengan pendekatan kausalitas. Populasi penelitian ini yakni UMKM berbasis ekonomi kreatif subsektor kuliner, fashion, dan kriya di Kabupaten Buleleng yang berjumlah 126. Teknik pengambilan sampel yang dipakai salah sampling jenuh yakni semua anggota poulasi dipakai sebagai sampel, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 126 Metode pengumpulan data dalam penelitian ini memakai kuesioner tertutup, kemudian data tersebut diolah dengan uji analisis regresi linier berganda memakai program SPSS 20 for windows. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa karaktesritik usaha, aspek keuangan,

technology capital, dan innovation capital secara parsial punya pengaruh positif dan signifikan terhadap Omzet UMKM.⁹

Persamaan dengan penelitian saya sama-sama membahas tentang karakteristik usaha dalam umkm. Perbedaannya dari jumlah sampel saya menggungkan 50 sampel sedangkan penelitian ini 126 sampel.

4. Ita Purnama Sari “*Pengaruh Religiusitas, Etos Kerja Terhadap Peningkatan Omset Penjualan Para Pedagang Dipasar Dongko Trenggalek*” Tujuan dalam penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap peningkatan omset penjualan para pedagang dipasar Dongko Trenggalek. 2) Untuk mengetahui pengaruh etos kerja terhadap peningkatan omset penjualan para pedagang dipasar Dongko Trenggalek. 3) untuk mengetahui pengaruh religiusitas etos kerja terhadap peningkatan omset penjualan para pedagang dipasar Dongko Trenggalek. Penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Sedangkan Teknik yang digunakan dalam penelitian ini sampling jenuh. Sampel yang diambil dalam penelitian ini 30 responden yaitu para pedagang pasar Dongko Trenggalek. Pengukuran dalam penelitian ini adalah skala likert. Analisis

⁹ Komang Agnes Suantari, Desak Nyoman Sri Werastuti, “Pengaruh karakteristik usaha, aspek keuangan, technology capital, dan innovation capital terhadap omzet umkm” Jurnal Akuntansi Profesi Volume15 Nomor 032024.

data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Uji Validitas dan Reliabilitas, Asumsi Klasik dan Uji Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan variabel religiusitas, etos kerja dan omset penjualan berpengaruh dan signifikan. Sedangkan dari hasil pengujian Koefisien Determinasi (R^2) R Square=0,566 menunjukkan bahwa variable bebas Religiusitas dan Etos Kerja besaran presentase sebesar 56.6% terhadap Omset Penjualan Pedagang Pasar Dongko Trenggalek.¹⁰

Persamaan dengan dengan penelitian saya adalah membahas tentang pengaruh religiusitas terhadap peningkatan omzet perbedaan nya adalah jumlah sampel dan lokasi penelitian.

5. Putri Adriyani Hanifah, Zulpahmi, Diah Ayu Legowati Judul “*Analisis Pengaruh Religiusitas dan Islamic Branding Terhadap pendapatan UMKM Muslim di Indonesia*” dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Mediasi Jumlah UMKM di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Indonesia merupakan salah satu negara yang terbesar Populasi umat Islam di dunia yang berjumlah 237,04 juta jiwa atau 86,93% penduduk Indonesia adalah Muslim di penghujung tahun 2021. Penelitian ini bertujuan untuk

¹⁰ Ita Purnama Sari, *Pengaruh Religiusitas Etos Kerja Terhadap Peningkatan Omset Penjualan Para Pedagang di Pasar Dongko Trenggalek* (Skripsi, Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2021)

mengkaji hubungan religiusitas dengan Islamic branding Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) muslim di Indonesia. Penelitian ini juga mengkaji peran mediasi literasi keuangan (sikap keuangan, kesadaran keuangan, dan keuangan Pengetahuan) tentang hubungan religiusitas, branding Islami, dan pendapatan UMKM dengan analisis teknik menggunakan PLS-SEM. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM di Indonesia. Teknik pengambilan sampel di Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 335 responden UMKM muslim di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan umkm, Islamic branding berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap, kesadaran dan finansial pengetahuan.¹¹

Perbedaan dengan penelitian saya lokasi dan sampel yang digunakan penelitian di atas menggunakan 335 responden sedangkan saya 50 sampel penerima bantuan Z-Mart. Persamaannya sama-sama membahas pengaruh religiusitas terhadap usaha mikro.

6. Abdul Rachman, Kuku Reza Pradana Judul Penelitian “Efektivitas Pengelolaan Dana Zakat Melalui Program Z-Mart Di Baznas Kota Tangerang,” Penelitian ini

¹¹ Jurnal Ilmiah and Ekonomi Islam, “Analisis Pengaruh Religiusitas Dan Islamic Branding Terhadap Kinerja UMKM Muslim Di Indonesia Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Mediasi” 10, no. 03 (2024): 2884–2897.

dilatarbelakangi oleh permasalahan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Salah satu cara untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah melalui penyaluran dana zakat. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis seberapa efektif pengelolaan dana zakat melalui program *Z-Mart* yang dilaksanakan oleh Badan Amil Zakat Nasional Kota Tangerang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif adalah penelitian yang didasarkan pada fenomena-fenomena yang terjadi di masyarakat. Objek penelitian ini adalah warung *Z-Mart* yang dikelola oleh para mustahik zakat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penyaluran dana zakat sudah efektif.¹²

Perbedaan dengan penelitian saya ialah dari lokasi dan metode yang digunakan penelitian ini menggunakan metode kualitatif sedangkan yang saya menggunakan metode kuantitatif. persamaannya sama-sama membahas adanya program *Z-Mart*.

F. Sistematika Penulisan

BABI PENDAHULUAN

Dalam pembahasan bab ini peneliti membahas tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian,

¹² Program *Z-mart* Di et al., “Efektivitas Pengelolaan Dana Zakat Melalui Program *Z-Mart* Di Baznas Kota Tangerang” 11, no. 1 (2021): 64–80.

Kegunaan Penelitian, Penelitian Terdahulu dan Sitematika Penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI

Dalam pembahasan bab ini membahas tentang pengertian Tanggung Jawab sosial ,Karakteristik Usaha, Religiusitas, faktor yang mempengaruhi keberhasilan peningkatan omzet usaha *Z-Mart* dan Kerangka Pikir, serta Hipotesis Penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam pembahasan bab ini membahas mengenai Metode yang akan digunakan dalam menelit seperti, waktu dan tempat, dan teknik-teknik analisis dalam melaksanakan penelitian.

BAB IV HASIL Dan PEMBAHASAN

Dalam pembahasan bab ini membahas tentang hasil dari penelitian yang di masukkan kedalam pembahasan dan di jadikan hasil dari apa yang sudah di teliti oleh peneliti.

BAB V PENUTUP

Dalam pembahasan bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran yang telah di buat dan menjadi akhir dari yang semua penelitian lakukan.