

BAB II

Kajian Teori

A. Peningkatan Omzet

Peningkatan omzet pada usaha mikro, Merujuk pada penambahan pendapatan atau hasil penjualan yang dihasilkan dari kegiatan bisnis selama periode tertentu. Omzet artinya total penghasilan atas penjualan pada suatu periode atau disebut juga dengan pendapatan kotor. Dalam bisnis mikro seperti *Z-Mart*, peningkatan omzet menjadi salah satu indikator utama kesuksesan. Hal ini mencerminkan keberhasilan dalam penerapan strategi pemasaran,¹ efisiensi dalam operasional, serta daya tarik produk atau layanan bagi konsumen. Meningkatnya omzet juga menandakan adanya pertumbuhan pasar, meningkatnya loyalitas pelanggan, serta kemampuan bisnis untuk beradaptasi terhadap dinamika pasar.²

1. Strategi Peningkatan Omzet dalam usaha mikro

Untuk mencapai hal tersebut, usaha mikro seperti *Z-Mart* biasanya mempunyai strategi berbagai cara;

- a. Diversifikasi Produk: Menambah variasi produk untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas.
- b. Peningkatan Layanan Pelanggan: Memberikan layanan yang lebih baik untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

¹ Kotler & Keller mendefinisikan peningkatan omzet sebagai hasil dari kombinasi strategi pemasaran yang efektif dan inovasi produk.” (2020)”

² Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM “digitalisasi menjadi salah satu faktor utama yang mendorong pertumbuhan omzet pada UMKM di Indonesia.”2021.

- c. Pemanfaatan Teknologi Digital: Menggunakan platform digital untuk pemasaran dan penjualan, seperti e-commerce atau media sosial.
- d. Menjaga kestabilan produk dalam penjualan.
- e. Promosi dan Diskon: Memberikan penawaran khusus untuk menarik pelanggan baru dan meningkatkan pembelian.³

2. Indikator Peningkatan Omzet usaha

Indikator perubahan omzet penjualan, baik meningkat maupun menurun, dipengaruhi oleh berbagai faktor yang terkait dengan aktivitas penjualan. Menurut Kotler dan Armstrong yang dikutip oleh Muhammad Yusuf Maksudi, terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk menilai omzet penjualan, yaitu sebagai berikut:

- a. Meningkatkan Kualitas Produk.
- b. Melakukan Pemasaran Digital.
- c. Mengetahui Kebutuhan Pasar.⁴

3. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

UMKM merupakan jenis usaha berskala kecil yang didirikan atas inisiatif perseorangan dari usaha berskala kecil. Masyarakat umum beranggapan bahwa UMKM hanya

³ Hadiyati, E. . Pemasaran dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UKM: Perspektif Inovasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 2022. 4(2).

⁴ Subandono Avinka, Saka, Lestari, "Peran Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Nymaz Hijab Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri The" 04 (2024): 122–138.

mempengaruhi langsung pada pihak terkait. secara langsung. Secara umum,UMKM cukup lumayan efektif dalam menurunkan tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. Banyaknya permasalahan ketenagakerjaan Indonesia yang masih perlu diselesaikan, dapat diselesaikan dengan cara salah satunya ber-UMKM. Selain,itu UMKM telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan daerah maupun pendapatan indonesia⁵

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, *defines* UMKM berubah menjadi: ⁶

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro.
- b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar.
- c. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi

⁵ Hartati Kanty Sri Handini, Sukesu, "Optimalisasi Ekonomi Masyarakat Pesisir Pantai," *Manajemen : UKM dan Koperasi* (2019): 23.

⁶ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008," no. 1.

bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil.

4. Program Z-Mart

a. Pogram

Pengertian program merupakan suatu penjelasan dari sebuah rencana, yang dalam hal ini program merupakan bagian dari perencanaan dan sering pula diartikan sebagai kerangka dasar dari pelaksanaan suatu kegiatan.⁷

b. Program Z-Mart

Program *Z-Mart* pada BAZNAS merupakan inisiatif yang dimunculkan oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Indonesia. Merupakan suatu program yang bertujuan untuk membantu masyarakat yang membutuhkan dengan memberikan bantuan berupa sembako atau bantuan modal. Program ini dijalankan salah satu cara membantu kelompok masyarakat yang kurang mampu. Program *Z-Mart* merupakan program pemberdayaan ekonomi dalam bentuk pengembangan warung/toko yang dimiliki mustahik dengan skala kecil untuk mengatasi kemiskinan di wilayah urban. Program dukungan

⁷ Lia Apritanti, "Implementasi Pemberdayaan Ekonomi Mustahik Melalui Program Z-Mart Baznas Jakarta," *Journal of Economic Perspectives* 2, no. 1 (2022):1-4,

modal usaha tersebut dinamakan *Z-Mart* (*Zakat Mart*), Karena *Z-Mart* merupakan program pemberdayaan ekonomi mustahiq yang fokus pada pengembangan ritel untuk mengatasi kemiskinan dan mensejahterakan mustahik sehingga bisa menjadikan mustahik menjadi muzaki.⁸

Tujuan dari dilaksanakannya program ini agar bisa mengembangkan kapasitas warung sehingga dapat tumbuh dan berkembang di tengah pasar retail modern sehingga dapat mengatasi tingkat kemiskinan di Indonesia. Program *Z-Mart* memiliki konsep pemberdayaan dengan menyalurkan bantuan berupa sembako dan kebutuhan sehari-hari, upaya ini dilakukan untuk mengembangkan kapasitas warung-warung milik mustahik sehingga menjadi warung ritel mikro.

B. Tanggung Jawab Sosial

Tanggung jawab sosial merupakan kewajiban untuk mendukung kesejahteraan masyarakat melalui keputusan sukarela dalam menentukan praktik bisnis dan alokasi sumber daya dan Kebebasan dalam menentukan praktik bisnis ini tidak berarti melanggar hukum atau bertindak tidak etis, melainkan

⁸ Elya Anggraeni, Fifi Hasmawati, and Muhammad Randicha Hamandia, "Strategi Komunikasi Pimpinan Baznas Terhadap Pendamping Program Z-Mart (Studi Bazas Provinsi Sumatera Selatan)," *Jurnal Bisnis dan Komunikasi Digital* 1, no. 2 (2024): 10.

menggambarkan komitmen untuk memberikan kontribusi sosial kepada kelompok atau komunitasnya. Istilah "*komunitas*" mencakup kesejahteraan manusia serta kondisi lingkungan sekitarnya.⁹

Sebagaimana disebutkan juga oleh Moh. Bakir, mengutip dari buku Tanggung Jawab Sosial; Tafsir Tematik karya Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, tanggung jawab sosial didefinisikan sebagai sikap bertanggung jawab yang berhubungan di kehidupan bermasyarakat. Adapun secara umum, tanggung jawab sosial merupakan sebuah konsep yang di mana setiap individu dan kelompok mempunyai sebuah kewajiban kepada masyarakat dan berbagai lingkungan sosial lainnya dalam segala aspeknya. Oleh karena itu, tanggung jawab sosial sangat berkaitan dengan keterlibatan serta posisi setiap individu maupun komunitas di lingkungan masyarakat yang terlihat lewat berbagai jenis upaya dengan tujuan untuk meraih kemaslahatan bersama.¹⁰

Islamic Corporate Social Responsibility (*ICSR*) menurut Khursid et.al dikutip dari jurnal Sartini dan Arty adalah suatu tanggung jawab sosial perusahaan terhadap dampak dari keputusan dan kegiatannya kepada masyarakat dan lingkungan sekitar yang memiliki nilai-nilai Islami yang terdapat pada Al-

⁹ Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks. Kelompok Gramedia. (2005).

¹⁰ Moh. Bakir, "Tanggung Jawab Sosial dalam Al-Qur'an: Studi Analisis terhadap Term Al-Islah". Jurnal Dialogis Ilmu Ushuluddin, Vol. 11, No. 1 (Februari 2021): 115

Qur'an dan hadist. ICSR merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan citra usaha, dengan cara kemanusiaan, penuh kebaikan dan bertanggung jawab secara sosial, tetapi juga bermaksud memperoleh keuntungan dan peningkatan pendapatan tanpa hambatan.¹¹

Penerapan tanggung jawab sosial secara konsisten dapat meningkatkan omzet usaha melalui kepercayaan konsumen, loyalitas pelanggan, dan reputasi usaha yang pada akhirnya mendorong peningkatan omzet usaha. Ketika para pelaku usaha nya dianggap amanah dan berkontribusi terhadap kesejahteraan sosial, sehingga mendukung keberlanjutan bisnisnya.¹²

Manusia di dalam dirinya memenuhi berbagai kebutuhan kehidupan sehari-harinya, akan senantiasa menghadapi manusia lain yang terdiri dari berbagai jenis karakter dan sifat. Manusia juga menyadari akan adanya sebuah kekuatan lain yang menentukan berhasil atau tidaknya usaha tersebut, yaitu Tuhan. Mengutip dari Abdullah Karim, setidaknya ada empat macam tanggung jawab sebagaimana yang disebutkan di dalam ilmu budaya dasar. Keempat macam tanggung jawab itu sebagai berikut:

¹¹ Saerini Wardiwyono & Arty Fitria Jayanti, "Peran Islamic Corporate Social Responsibility Dalam Memoderasi Pengukuran Zakat Terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Syariah", Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam, 9 (1), 2021, 74.

¹² Antonio, M. S. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. (Jakarta: Gema Insani.2011)

1. Tanggung jawab terhadap Tuhan

Jenis tanggung jawab ini menuntut manusia untuk mempunyai kesadaran di dalam memenuhi kewajibannya kepada Tuhan. Manusia sebagai salah satu makhluk ciptaan Nya dituntut harus bersyukur atas limpahan karunia-Nya yang telah menciptakan dan memberikan rezeki kepadanya.

Oleh sebab itu, hakikat dari sebuah tanggung jawab adalah melaksanakan kewajiban, pengabdian, dan pengorbanan secara sengaja yang dari ketiga hal itu dapat melahirkan kematangan pribadi, keseimbangan serta keselarasan antar sesama manusia. Apabila sekiranya terdapat bentuk penyelewengan dari tanggung jawab tersebut, maka harus ada pihak lain yang menjadi perantara untuk memulihkan dan menyelesaikan penyelewengan tanggung jawab itu, baik antara keluarga, masyarakat, penegak hukum atau bahkan Tuhan yang memberikan petunjuk atau pembalasan.

Taat kepada Allah Swt berarti taat kepada Rasul-Nya. Karena keduanya merupakan satu paket yang tidak dapat saling dipisahkan. Tidak sah keimanan seseorang apabila mengabaikan salah satu dari keduanya. Dia mewajibkan kepada orang-orang muslim agar menaati segala yang

datang dari Rasulullah Saw semampunya dan menjauhi yang dilarang sepenuhnya.¹³

2. Tanggung jawab terhadap masyarakat

Jenis tanggung jawab ini menuntut kepada setiap manusia untuk memenuhi kewajibannya di dalam menjalani perannya di kehidupan bermasyarakat. Ada dua jenis kewajiban di sini, yakni yang menyangkut dengan hubungan antar individu dan hubungan dengan masyarakatnya.

Pada hubungan antar individu menuntut sebuah keseimbangan yang dimana antara kewajiban yang dipenuhi dan hak yang diperoleh. Adapun hubungan antara individu dan masyarakatnya, menuntut adanya sebuah pengorbanan dan pengabdian, sehingga dapat menciptakan keseimbangan, keselerasan, dan keharmonisan antara individu dan masyarakatnya.

Di dalam kehidupan bermasyarakat tidak akan pernah lepas dari berbagai macam persoalan sosial penting yang harus memerlukan perhatian, dukungan, dan tanggung jawab seperti kemiskinan, kejahatan, disorganisasi keluarga, pemberontakan, dan prolematika generasi milenial dalam masyarakat modern. Oleh karena itu, sangatlah penting bagi

¹³ Nurul Huda Maarif, Seruan Tuhan untuk Orang-orang Beriman: Mengerti Rahasia dan Makna Ayat-ayat Ya Ayyuhalladina Amanu (Jakarta: Zaman, 2018), 210- 214.

setiap muslim untuk memiliki rasa saling membantu dan tanggung jawab antar sesama.¹⁴

3. Tanggung jawab terhadap lingkungan

Jenis tanggung jawab ini menekankan kesadaran diri setiap manusia untuk memenuhi kewajibannya dalam merawat dan melestarikan lingkungan hidup secara baik, teratur, dan sehat. Oleh karena itu, melalui tanggung jawab ini manusia diharapkan mampu menyelesaikan berbagai macam persoalan yang berkaitan dengan lingkungan hidup yang memiliki pengaruh terhadap nilai-nilai kemanusiaan. Seorang muslim harus memiliki sikap yang positif terhadap lingkungannya. Pertama, sikap apresiatif. Yaitu seorang muslim harus memiliki sikap yang positif terhadap lingkungannya. Pertama apresiatif, yaitu seorang muslim harus mampu mengetahui fungsi dan manfaat lingkungan sehingga akan menumbuhkan rasa menghargai lingkungan hidup dan menghindari diri dari merusak alam. Kedua, sikap kreatif. Pada sikap ini menuntut seorang muslim agar menumbuhkan sikap kreatif.

4. Tanggung jawab terhadap diri sendiri

Jenis tanggung jawab ini menekankan kepada setiap individu untuk mempunyai kesadaran dalam memenuhi kewajiban yang terdapat di dalam dirinya sendiri serta mengembangkan kepribadian diri sebagai seorang manusia

¹⁴ Tim Penyusun, *Tanggung Jawab Sosial (Tafsir Al-Qur'an Tematik)* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2011), 132.

pribadi. Karena itu, jenis tanggung jawab ini mengharapakan agar setiap individu mampu memecahkan dan menyelesaikan berbagai permasalahan kemanusiaan yang berkaitan dengan dirinya sendiri¹⁵

5. Strategi tanggung jawab sosial untuk meningkatkan omzet usaha

- a. Mengintegrasikan tanggung jawab sosial dalam pemasaran

Mempromosikan kegiatan melalui platform media sosial, situs web, atau saluran media lainnya dapat membantu menarik perhatian pelanggan sekaligus memperkuat citra positif perusahaan.

- b. Melibatkan pelanggan dalam tanggung jawab sosial

Undang pelanggan untuk berpartisipasi, contohnya dengan menyumbangkan sebagian dari hasil penjualan untuk kegiatan amal.

- c. Evaluasi dampak tanggung jawab sosial secara berkala

Memaantau dampak kegiatan tanggung jawab sosial terhadap omzet dan tingkat kepuasan pelanggan. Gunakan hasil evaluasi untuk meningkatkan program di masa depan.¹⁶

¹⁵ M. Bahri Ghazali, *Lingkungan Hidup Dalam Pemahaman Islam* (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1996), 80-82.

¹⁶ Yuni Mayanti, Yuni Mayanti “Tanggung Jawab Sosial dalam Bisnis Islam” : *Journal of Applied Islamic Economics and Finance* Vol. 1, No. 3, June 2021, pp. 651 – 660

6. Indikator Tanggung Jawab sosial

Tanggung jawab sosial terhadap peningkatan omzet usaha *Z-Mart* dapat diukur melalui beberapa indikator, seperti:

a. Praktik bisnis berkelanjutan

Usaha mikro harus memperhatikan dampak sosial dan lingkungan, serta menjalankan praktik bisnis yang berkelanjutan.

b. Kepatuhan terhadap regulasi lingkungan

Usaha mikro harus mematuhi regulasi lingkungan yang berlaku.

c. Kontribusi positif terhadap masyarakat lokal

Usaha mikro dapat berkontribusi positif terhadap masyarakat lokal di sekitarnya.

d. Sosial media

Usaha mikro dapat memanfaatkan media sosial untuk mengkomunikasikan hal-baik yang dilakukan, serta memperhatikan tampilan visualnya.¹⁷

C. Karakteristik Usaha

1. Pengertian Karakteristik Usaha

Karakteristik usaha merupakan Merujuk pada sifat, perilaku, dan nilai-nilai yang dimiliki oleh individu atau kelompok saat menjalankan kegiatan bisnis. Aspek ini

¹⁷ T.. Haryono, “‘Indikator Dan Dampak CSR Terhadap UMKM.’ Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, Vol. 8, No. 2” (n.d.). 2019.

mencakup etos kerja, kejujuran, tanggung jawab, inovasi, keberanian dalam mengambil risiko, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan. Karakter usaha yang kokoh sering kali menjadi fondasi utama keberhasilan bisnis, karena dapat meningkatkan kepercayaan, memperkuat hubungan, dan mendukung daya saing. Selain itu, karakter usaha juga mencakup dimensi moral dan etika dalam operasionalnya. Misalnya, seorang wirausahawan dengan karakter usaha yang baik akan memastikan bahwa praktik bisnisnya sesuai dengan aturan hukum, norma sosial, serta memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dan lingkungan.¹⁸

Adapun Karakteristik usaha merupakan elemen-elemen yang membedakan suatu unit usaha dari usaha lainnya, meliputi aspek legalitas, jenis produk, jumlah tenaga kerja, dan kemampuan berinovasi.¹⁹

Menurut Indiarti dan Langenberg, karakteristik usaha yang kuat dapat meningkatkan omzet usahanya dengan kemampuan inovasi, manajemen sumber daya manusia yang baik, dan strategi pemasaran yang tepat, dapat

¹⁸ Sukardi, A. *“Kewirausahaan: Teori dan Praktek”*. Jakarta: Penerbit Erlangga. 2022.

¹⁹ M.Kuncoro, *“Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Indonesia: Isu Dan Kebijakan Publik.”*. 2021.

berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan usaha dan peningkatan omzet.²⁰

Karakter usaha, seperti adanya kemauan keras, ketahanan, dan kemampuan mengambil risiko, dapat secara signifikan meningkatkan omzet usaha. Penelitian menunjukkan adanya korelasi positif antara karakteristik usaha dan wirausaha dengan keberhasilan usaha, termasuk peningkatan omzet.²¹

2. Faktor-faktor karakteristik usaha dapat meningkatkan omzet usaha:

Adapun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi Peningkatan omzet usaha, yang secara garis besar dikelompokkan dalam lingkungan internal dan eksternal.

a. Ketahanan Usaha dan Karakter Wirausaha

Karakter seperti ketekunan, keberanian mengambil risiko, dan semangat pantang menyerah terbukti berpengaruh positif terhadap keberlangsungan dan pertumbuhan usaha. Ini berdampak langsung pada peningkatan omzet karena usaha mampu bertahan dan berkembang di tengah tantangan pasar.

b. Kompetensi dan Disiplin Diri

²⁰ Factors affecting business success among SMEs: Empirical evidences from Indonesia. Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis, (2004), 1–15.

²¹ Indarto, Djoko Santoso “Karakteristik Wirausaha, Karakteristik Usaha dan Lingkungan Usaha Penentu Kesuksesan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah” : Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis 13 (1) (2020) 54-69.

Kompetensi pelaku usaha termasuk kemampuan manajerial dan pengambilan keputusan—serta kedisiplinan dalam menjalankan operasional usaha, menjadi faktor penting dalam menjaga efisiensi dan kualitas layanan.

c. Kemampuan Berinovasi dan Adaptif

Karakter kreatif dan terbuka terhadap perubahan memungkinkan pelaku usaha menciptakan produk atau layanan baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Inovasi ini dapat meningkatkan daya saing dan menarik lebih banyak pelanggan.

d. Penguasaan Teknologi dan Informasi

Wirausaha yang memiliki karakter ingin belajar dan menguasai teknologi cenderung mampu memperluas jangkauan pasar, misalnya melalui pemasaran digital, yang secara signifikan dapat meningkatkan omzet.

e. Manajemen Keuangan yang Baik

Karakter yang terorganisir dan bertanggung jawab tercermin dalam pengelolaan keuangan yang sehat. Ini memungkinkan usaha mengalokasikan sumber daya secara optimal untuk mendukung pertumbuhan omzet.²²

3. Indikator Karakteristik Usaha terhadap peningkatan omzet usaha

²² Putri Mauladin, Muhammad Iqbal Alamsyah “Analisis Faktor Yang Berpengaruh Dalam Peningkatan Keberhasilan Usaha” JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi) Vol. 9 No. 1, Tahun 2023, 57 – 70

a. Kemampuan inovasi

Kemampuan inovasi merupakan salah satu faktor penting yang dapat mempengaruhi kesuksesan dan keinginan usaha mikro. Hal ini juga merujuk pada kemampuan suatu usaha untuk menciptakan dan menerapkan inovasi dalam operasionalnya, baik melalui pengembangan ide-ide baru maupun perbaikan terhadap produk, layanan, atau proses yang telah ada.²³

b. Kemampuan manajemen

Kemampuan manajemen dalam usaha mikro merupakan keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh pelaku usaha untuk merencanakan, mengorganisir, mengarahkan, dan mengendalikan sumber daya yang ada demi mencapai tujuan bisnis dengan cara yang efisien dan efektif. Kemampuannya mencakup berbagai aspek, seperti pengelolaan keuangan, pengelolaan waktu, perencanaan strategi, pengelolaan operasional, serta pengembangan sumber daya manusia yang sesuai dengan skala usaha mikro.²⁴

c. Skala Usaha

²³Dion Achmad Armadi et al., “Analisis Sistem Inovasi Usaha Sebagai Upaya Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Pasca Pandemi Covid 19,” *JURNAL DIGIPRENEUR (Bisnis Digital, Ekonomi, dan Manajemen)* 3, no. 1 (2023):

²⁴Rahman, ‘Analisis Kemampuan Manajerial Dan Dampaknya Terhadap Kesuksesan UMKM.’ *Jurnal Manajemen Usaha Mikro Dan Kecil*, 2019 Vol. 5, No. 4.”

Skala usaha dalam konteks usaha mikro mengacu pada ukuran relatif dari aktivitas bisnis yang mencakup berbagai aspek, seperti jumlah tenaga kerja, omset tahunan, nilai aset, dan kapasitas produksi dalam bisnis berskala kecil. Usaha mikro umumnya ditandai dengan sumber daya yang terbatas, struktur organisasi yang sederhana, serta fokus pada pasar lokal.

d. Sumber Permodalan

Sumber permodalan untuk usaha mikro *Z-Mart* mencakup berbagai bentuk landasan yang digunakan untuk mendukung operasional, pengembangan, dan kunjungan usaha *Z-Mart* sebagai bagian dari bisnis berskala mikro. Sumber permodalan ini bantuan yang diberikan oleh BAZNAS dari pengembangan zakat produktif hingga skema pembiayaan berbasis syariah seperti akad bagi hasil. Guna mendukung pengembangan dan peningkatan usaha mikro *Z-Mart*.²⁵

D. Religiusitas

Religiusitas merupakan dimensi spiritual dalam kehidupan seseorang yang melibatkan keyakinan, tingkat keimanan, pemahaman, penghayatan, serta pengamalan individu terhadap nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari baik melalui praktik ritual, pemikiran intelektual, pengalaman spiritual, hingga penerapan moral dan etika. Tidak

²⁵ H. Raharjo, “‘Pembiayaan Berbasis Syariah Sebagai Solusi Modal Usaha Mikro.’ *Jurnal Ekonomi Islam*, 2021. Vol. 9, No. 1.” (n.d.).

seperti agama yang cenderung bersifat institusional dan teranalisis religiusitas lebih menitik beratkan pada pemaknaan pribadi terhadap nilai-nilai agama.²⁶

Religiusitas mustahik mengacu pada sejauh mana penerima zakat memahami, menghayati, dan menerapkan nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan mereka. Aspek ini menjadi penting karena tujuan zakat tidak hanya sebatas mendukung aspek ekonomi para mustahik, tetapi juga mendorong peningkatan kesadaran spiritual dan kualitas religiusitas mereka.

Menurut Fauzan, religiusitas dapat memengaruhi peningkatan omzet karena nilai-nilai agama mendorong pelaku usaha untuk bekerja keras, jujur, dan bertanggung jawab. Nilai-nilai ini menciptakan kepercayaan dari pelanggan dan mitra bisnis, yang pada akhirnya berdampak pada omzet usaha.²⁷

1. Faktor-faktor Religiusitas dalam peningkatan omzet usaha

Religiusitas dalam peningkatan omzet usaha melibatkan beberapa aspek yang diantaranya;

- a. Kepercayaan (*faith*)

²⁶ Glock, C. Y., & Stark, R.. *Religion and Society in Tension*. Chicago: Rand McNally. . (1965).

²⁷ Fauzan, "Hubungan Religiusitas dan Kewirausahaan : Sebuah Kajian Empiris dalam Perspektif Islam" MODERNISASI, Volume 10, Nomor 2, Juni 2020.

Mustahik diharapkan memiliki keyakinan bahwa zakat merupakan perintah agama yang berfungsi untuk membantu mereka mencukupi kebutuhan hidup sekaligus mendekatkan diri kepada Allah. Keyakinan tersebut berakar pada ajaran Al-Qur'an dan Hadis yang menegaskan kewajiban zakat serta perannya dalam memperkuat persaudaraan Islam dan solidaritas antar umat.²⁸

b. Praktik Ibadah

Zakat tidak hanya memberikan bantuan material kepada mustahik, tetapi juga mendorong mereka untuk meningkatkan ketaatan dalam melaksanakan ibadah seperti shalat, puasa, dan doa. Dana zakat sering dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan ibadah, seperti membeli perlengkapan shalat atau memenuhi kebutuhan pendidikan agama.²⁹

c. Pengetahuan Keagamaan

Penerima zakat sering diberikan pendidikan agama sebagai bagian dari program pemberdayaan zakat. Hal ini membantu mereka untuk memahami peran zakat dalam sistem ekonomi Islam dan memperluas wawasan keislaman mereka.³⁰

²⁸ Ibn Kathir. *Tafsir al-Qur'an al-Azim*. Riyadh: Darussalam. 2023.

²⁹ Qaradawi, Y.) *Fiqh al-Zakat*. Jeddah: King Abdul Aziz University Press. 2021.

³⁰ Baznas. *Zakat dan Pemberdayaan Umat*. Jakarta: Badan Amil Zakat Nasional. 2020.

d. Moral dan Sosial

Religiusitas mustahik dapat terlihat dalam peningkatan kesadaran mereka akan nilai-nilai moral, seperti kejujuran, rasa syukur, dan perhatian terhadap sesama. Program pemberdayaan zakat juga bertujuan untuk mengubah mustahik menjadi muzaki, sehingga mereka dapat memberikan kontribusi kembali kepada masyarakat melalui pembayaran zakat.³¹

2. Pemberdayaan mustahik melalui peningkatan Religiusitas

Religiusitas mustahik dapat ditingkatkan melalui berbagai program pemberdayaan yang bertujuan untuk memperdalam pemahaman dan penerapan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari. Program-program ini tidak hanya berfokus pada pemenuhan kebutuhan material mustahik, tetapi juga berusaha untuk memperkuat aspek spiritual mereka. Berikut beberapa program yang dapat dilaksanakan:

a. Spritual dan Agama

Menyelenggarakan kajian agama dan pelatihan spiritual bagi mustahik, agar mereka dapat memahami betapa pentingnya religiusitas dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

b. Pendampingan Sosial

³¹ Ascarya, A. *The Role of Zakat in Economic Empowerment*. Jakarta: IRTI-IsDB. (2020).

Memberikan pendampingan kepada mustahik yang melibatkan pembinaan mental dan agama, sehingga mustahik mampu menjalani kehidupan dengan lebih bermakna.

c. Pendidikan Formal dan Non-Formal

Banyak lembaga zakat yang menyediakan beasiswa atau pelatihan keterampilan yang berlandaskan nilai-nilai Islam bagi mustahik. Program ini bertujuan untuk tidak hanya meningkatkan kondisi ekonomi mereka, tetapi juga memperkuat religiusitas mustahik.

d. Pengelolaan Zakat Produktif

Memberikan zakat dalam bentuk modal usaha atau aset produktif, agar mustahik dapat mencapai kemandirian ekonomi, sekaligus meningkatkan religiusitas mereka melalui kerja keras yang dilandasi rasa syukur.³²

3. Manfaat religiusitas bagi Mustahik

a. Ketenangan Batin

Religiusitas memungkinkan mustahik merasakan kedekatan dengan Allah, yang membantu mereka menghadapi tantangan hidup dengan penuh keikhlasan.

b. Peningkatan Moral

³² Huda, N. *Pengelolaan Zakat dan Peningkatan Religiusitas Mustahik*. Jakarta: UI Press. 2020.

Religiusitas mendorong mustahik untuk lebih bertanggung jawab dan memelihara hubungan yang harmonis dengan orang lain.

c. Transformasi Sosial

Peningkat religiusitas bagi mustahik bisa memberikan dorongan kepada mereka untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat setelah berhasil keluar dari kemiskinan sehingga bisa menjadikan para mustahik lebih sejahtera³³

4. Indikator Religiusitas terhadap Peningkatan Usaha Mikro

a. Pengetahuan agama

Pengetahuan mengenai agama dalam konteks usaha mikro merujuk pada pemahaman yang mendalam tentang nilai-nilai, prinsip-prinsip, dan ajaran agama yang diterapkan dalam kegiatan skala kecil. Hal ini bertujuan untuk menciptakan pola kerja yang etis, transparan, dan fokus pada keberkahan. Pengetahuan ini mencakup aspek-aspek seperti integritas, kejujuran, tanggung jawab sosial, serta kepatuhan terhadap prinsip-prinsip keagamaan, termasuk halal-haram dan penghindaran riba. Selain itu, pemahaman agama juga memberikan

³³ Al-Ghazali. *Ihya Ulumuddin*. Beirut: Dar Al-Kutub Al-Ilmiyah. 1997.

motivasi spiritual yang membantu pelaku usaha untuk tetap tangguh dalam menghadapi berbagai tantangan.³⁴

b. Praktik agama

Praktik agama dalam usaha mikro merujuk pada penerapan ajaran dan nilai-nilai religius dalam kegiatan bisnis berskala kecil. Hal ini melibatkan aspek moral, etika, dan spiritual yang tercermin dalam perilaku jujur, transparan, serta adil, dengan tujuan utama mencapai keberkahan dan manfaat bagi banyak pihak. Contoh penerapannya meliputi melakukan transaksi sesuai prinsip halal, menghindari praktik riba, menunaikan zakat, dan menunjukkan tanggung jawab sosial dalam kegiatan usaha. Selain itu, praktik ini juga mencakup pengembangan sikap seperti kesabaran, tawakal, dan rasa syukur sebagai bagian dari karakter pelaku usaha.³⁵

c. Pengalaman

Pengalaman dalam usaha mikro merupakan kumpulan-kumpulan pengetahuan, keterampilan, dan wawasan yang diperoleh melalui keterlibatan langsung dalam menjalankan bisnis usaha kecil. Pengalaman ini mencakup berbagai aspek, seperti manajemen operasional, manajemen keuangan, pemasaran, dan

³⁴ Hasan, “‘Pengaruh Nilai-Nilai Agama Terhadap Etika Bisnis Pelaku Usaha Mikro.’ Jurnal Ekonomi Islam Vol.5, No. 2 (2021)”

³⁵ A.. Hakim, “‘Peran Nilai-Nilai Agama Dalam Pengembangan Usaha Mikro.’ Jurnal Etika Bisnis, 2020. Vol. 7, No. 3.”.

interaksi dengan pelanggan. Pengalaman yang positif memungkinkan pelaku usaha ritel dapat untuk mengidentifikasi peluang, dan cara mengatasi berbagai tantangan, serta meningkatkan efisiensi dan keinginan meningkatkan usaha mereka.³⁶

d. Keyakinan dan Konsekuensi

Keyakinan dalam usaha mikro Merujuk pada kepercayaan yang dimiliki oleh pelaku usaha terhadap kemampuan, strategi, dan tujuan bisnis mereka untuk meraih kesuksesan. Keyakinan ini mencakup aspek internal, seperti kepercayaan pada diri sendiri dan tim, serta aspek eksternal, seperti keyakinan terhadap pasar atau lingkungan bisnis. Sementara itu, konsekuensi dalam usaha mikro adalah hasil atau dampak yang muncul dari setiap keputusan, tindakan, atau strategi yang diambil, yang dapat berupa keuntungan, risiko, maupun pembelajaran dari kegagalan.³⁷

E. Kerangka Berpikir

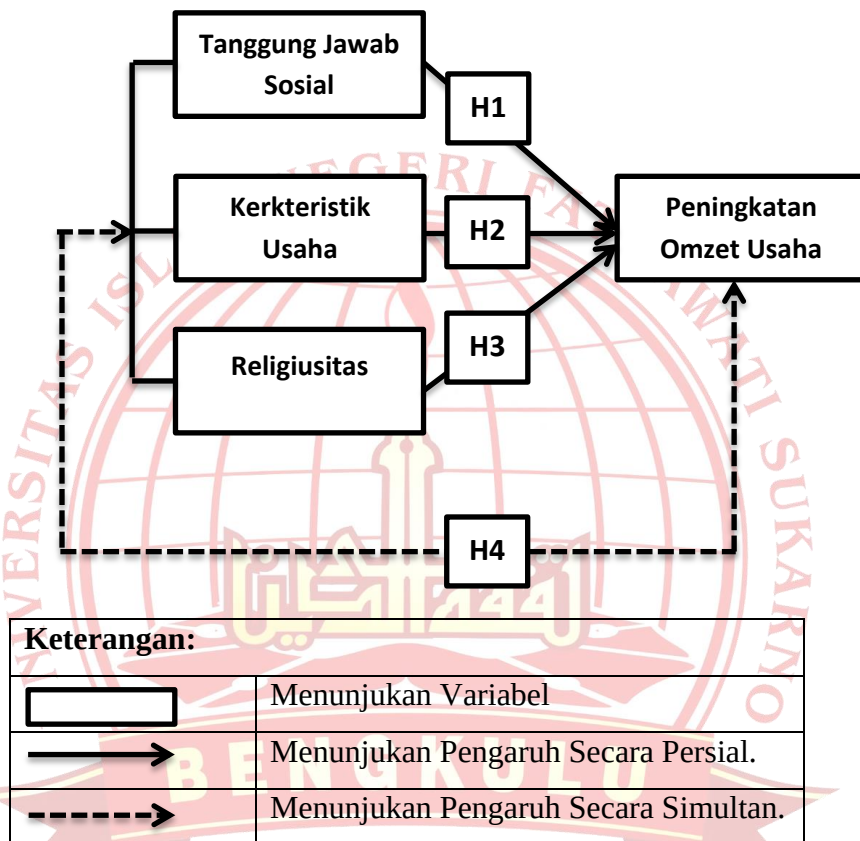
Adapun sebenarnya kerangka berpikir yang dibuat untuk mengetahui seberapa pengaruh dari tanggung jawab sosial, karakteristik usaha, religiusitas terhadap peningkatan omzet usaha *Z-Mart*. Berikut kerangka berpikir penelitian

³⁶ Rahmawati, “‘Pengaruh Pengalaman Kerja Terhadap Kesuksesan UMKM.’ Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 6, No. 2(2019).”

³⁷ Raharjo, “‘Analisis Risiko Dan Konsekuensi Dalam Pengembangan UMKM.’ Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, Vol. 8, No. 3.(2021)”

pengaruh tanggung jawab sosial, karakteristik usaha, religiusitas terhadap peningkatan omzet usaha Z-Mart

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan sebuah pernyataan yang bersifat sementara dan dianggap benar atau dipercaya. Selain itu, hipotesis juga dapat diartikan sebagai jawaban sementara terhadap suatu permasalahan yang akan diteliti. Berdasarkan

rumusan masalah, tujuan, teori, dan kerangka pemikiran, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Hipotesis 1

H^1 = Diduga terdapat pengaruh signifikan Tanggung Jawab Sosial terhadap peningkatan omzet usaha *Z-Mart*.

H^0 = Diduga tidak terdapat pengaruh signifikan Tanggung Jawab Sosial terhadap peningkatan omzet usaha *Z-Mart*.

2. Hipotesis 2

H^1 = Diduga terdapat pengaruh signifikan Karakteristik usaha terhadap peningkatan omzet usaha *Z-Mart*.

H^0 = Diduga tidak terdapat pengaruh signifikan Karakteristik usaha terhadap peningkatan omzet usaha *Z-Mart*.

3. Hipotesis 3

H^1 = Diduga terdapat pengaruh signifikan Religiusitas terhadap peningkatan omzet usaha *Z-Mart*.

H^0 = Diduga tidak terdapat pengaruh signifikan Religiusitas terhadap peningkatan omzet usaha *Z-Mart*.

4. Hipotesis 4

H^1 = Diduga terdapat pengaruh signifikan Tanggung Jawab Sosial, Karakteristik Usaha, Religiusitas terhadap peningkatan omzet usaha *Z-Mart*.

H^0 = Diduga tidak terdapat pengaruh signifikan Tanggung Jawab Sosial, Karakteristik Usaha, Religiusitas terhadap peningkatan omzet usaha *Z-Mart*.