

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Manajemen Strategi

1. Pengertian Manajemen Strategi

Pengertian manajemen strategi menurut Fred R. David (2015: 04) adalah seni dan ilmu untuk membuat keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuan. Sedangkan menurut Wheelen & Hunger (2012) manajemen strategi merupakan serangkaian keputusan manajerial yang menentukan keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan mencapai tujuan dimana pengambilan keputusan dan tindakan manajemen tersebut dilakukan untuk jangka panjang

Selain itu, Sembiring & Fatihudin (2020:1) mendefinisikan manajemen strategi sebagai serangkaian pilihan dan tindakan yang mengarah pada pembuatan dan pelaksanaan rencana yang membantu bisnis mencapai tujuannya. Dari pengertian-pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi adalah usaha, tindakan atau proses perencanaan yang dilakukan untuk menentukan serta memastikan bahwa tujuan jangka panjang yang telah ditetapkan oleh suatu organisasi atau perusahaan dapat tercapai.

Manajemen strategi merupakan aspek penting dalam Perusahaan atau organisasi. Sebagaimana yang telah dikemukakan oleh Yatminiwati (2019:4) bahwa manajemen strategi memegang peranan penting dalam suatu perusahaan dengan memberikan pedoman untuk mencapai tujuan,

mempertimbangkan kepentingan banyak pemangku kepentingan, mengantisipasi perubahan, dan mengedepankan efisiensi dan efektivitas agar suatu Perusahaan atau organisasi dapat mencapai tujuannya.

Dalam menyusun manajemen strategi terdapat tahapan-tahapan yang perlu dilakukan agar strategi yang digunakan dapat dilaksanakan dengan baik. Fred R. David (2015:4) menjelaskan bahwa ada tiga tahapan dalam manajemen strategi, diantaranya:

- a. Formulasi strategi meliputi proses pengembangan visi dan misi suatu perusahaan atau organisasi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal, menilai kelemahan dan kekuatan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, memulai strategi alternatif, dan memutuskan strategi yang akan diterapkan.
- b. Implementasi strategi meliputi proses menentukan dan merumuskan tujuan tahunan organisasi, menerapkan kebijakan yang memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya. Sehingga, potensi strategi yang diformulasikan dapat dilakukan dan diterapkan.
- c. Evaluasi strategi meliputi analisis terhadap strategi yang telah digunakan agar dapat menentukan strategi tersebut efektif atau tidak. Sehingga, perusahaan dapat membuat strategi baru untuk dikembangkan dimasa yang akan datang.

Sedangkan proses manajemen strategi menurut Prasodjo (2021: 3) memiliki empat langkah, diantaranya:

a. *Scanning Environment* (Pemindaian Lingkungan)

Langkah pertama ini memerlukan analisis SWOT untuk mengidentifikasi Opportunity dan Threat perusahaan yang dipengaruhi oleh faktor lingkungan.

b. *Strategy Formulation* (Perumusan Strategi)

Langkah ini mengenai membuat rencana jangka panjang tentang bagaimana menjalankan suatu organisasi atau perusahaan dengan baik. Pada tahap ini, organisasi atau bisnis menetapkan visi, misi, tujuan serta kebijakannya.

c. *Strategy Implementation* (Implementasi Strategi)

Pada tahap implementasi, sumber daya harus tersedia agar strategi yang telah dibuat dapat dilaksanakan untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan.

d. *Evaluation And Control* (Evaluasi dan Pengendalian)

Sangat penting bagi organisasi atau perusahaan untuk memastikan bahwa hasil dari implementasi sejalan dengan perumusan yang telah dilakukan. Mereka dapat menentukan evaluasi seperti apa yang akan digunakan untuk mencapai hasil yang diinginkan dan memperbaikinya dimasa yang akan datang.

Dari proses dan tahapan diatas, keduanya memiliki inti yang sama bahwa dalam proses manajemen strategi dibutuhkan adanya analisis SWOT sebelum menentukan strategi yang tepat untuk digunakan yang ada di tahap formulasi. Selanjutnya, strategi yang telah dibuat dapat diimplementasikan

dan kemudian dilakukan evaluasi untuk mengembangkan strategi yang lebih baik dimasa yang akan datang. Tahapan-tahapan ini membantu organisasi atau perusahaan menetapkan metode dan strategi sehingga dapat terus bergerak maju.

2. Karakteristik Manajemen Strategi

Manajemen strategi memiliki beberapa karakteristik yang membuatnya berbeda dengan manajemen pada umumnya. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Yunus (2016) bahwa perbedaan tersebut didasarkan karena manajemen strategis secara konsisten berfokus pada dinamika dalam menghadapi perubahan lingkungan yang dapat menghambat pelaksanaan dan pengelolaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Nasution, dkk. (2022) mengatakan bahwa perbedaan ini dikarenakan manajemen strategi memiliki kemampuan beradaptasi terhadap perubahan kondisi lingkungan dan secara aktif membentuk penerapan praktik manajemen guna mencapai tujuan yang telah ditentukan. Oleh karena itu, kemampuan tersebut dapat membantu perusahaan menentukan strategi yang tepat agar tujuan yang telah ditentukan dapat tercapai.

Karakteristik manajemen strategi yang dikemukakan oleh Hamid, Utami, Wijayanti, dkk., (2023) adalah bahwa manajemen strategi memiliki sifat jangka panjang, berorientasi pada masa depan, melibatkan seluruh organisasi, melibatkan pengambilan keputusan, fokus untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, serta memiliki cakupan strategi yang cukup luas.

Dengan karakteristik yang telah disebutkan sebelumnya, Manajemen strategi dapat membantu mengarahkan organisasi dan memastikan fleksibilitas serta ketahanan dalam lingkungan bisnis yang terus berubah.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi dapat membantu organisasi menganalisis lingkungan eksternal dan internal, membuat keputusan strategis, dan mencapai tujuan jangka panjang sambil mempertahankan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja dan kesuksesan di pasar yang sangat dinamis.

3. Tujuan dan Manfaat Manajemen Strategi

Suatu organisasi atau perusahaan dapat mencapai tujuan dan manfaat besar dari manajemen strategi. Suatu perusahaan menetapkan strategi melalui manajemen strategi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Manajemen strategi memungkinkan organisasi untuk membuat rencana ke depan yang lebih baik (Tunggul, 2021: 4). Dengan demikian, manajemen strategis menciptakan keunggulan kompetitif, menjadikan organisasi atau perusahaan lebih proaktif di masa depan, dan meningkatkan strategi keberlanjutan.

Hamid, dkk. (2023) menyatakan bahwa tujuan utama manajemen strategis meliputi arahan strategi jangka panjang, produktivitas, potensi pasar, dan efisiensi operasional. Selain itu, manajemen strategis membantu perusahaan menetapkan dan mewujudkan tujuan jangka panjang, dapat meningkatkan kinerja dan daya saing dengan strategi yang terencana, membantu organisasi mengenali kemungkinan pasar dan tren bisnis serta

menyesuaikan rencana mereka untuk memanfaatkannya, serta mengoptimalkan alokasi sumber daya dan menyederhanakan operasi untuk membantu perusahaan mencapai tujuan mereka.

Sedangkan Sudiantini & Hadita (2022) mengatakan bahwa tujuan manajemen strategi adalah untuk memastikan bahwa strategi yang dipilih dijalankan secara efektif dan efisien, untuk meninjau dan memperbaiki setiap permasalahan yang muncul selama implementasi strategi, untuk menjaga agar strategi tetap up to date terhadap perubahan di dunia luar, untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bisnis saat ini, dan terus menghasilkan produk baru yang memenuhi kebutuhan pelanggan.

Selain tujuannya, manajemen strategis memberikan manfaat yang dapat membantu suatu organisasi atau perusahaan dalam menentukan dan mempertahankan arahnya. Manfaat manajemen strategis menurut Handayani dan Sarwono (2021) antara lain memudahkan perusahaan menghindari masalah melalui perumusan strategi, memudahkan dalam memilih opsi terbaik melalui keputusan strategis berbasis kelompok, dan membantu karyawan memahami keterkaitannya. antara produktivitas dan penghargaan dalam setiap rencana strategis, yang akan memotivasi mereka. Berpartisipasi dalam pembuatan rencana juga membantu orang dan kelompok bekerja sama secara lebih efisien dengan memperjelas perbedaan peran.

Hal ini sejalan dengan manfaat manajemen strategi yang juga dikemukakan oleh Sudiantini & Hadita (2022) yakni memberikan arahan

jangka panjang, membantu organisasi beradaptasi terhadap perubahan, menjadikannya lebih efektif, mengidentifikasi keunggulan komparatif dalam lingkungan yang berisiko, meningkatkan kemampuan perusahaan untuk mencegah masalah di masa depan melalui perumusan strategi, memotivasi karyawan melalui pembuatan strategi, dan mengurangi aktivitas yang tumpang tindih.

Oleh karena itu, dengan adanya manajemen strategi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan atau organisasi memberikan manfaat yang cukup signifikan sehingga mereka dapat menjalankan usahanya dengan baik. Hal ini dapat membantu mereka dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

4. Teori Manajemen Strategi

Adapun teori-teori terkait manajemen strategi dari beberapa peneliti terdahulu diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Fred R. David (2015: 04) adalah seni dan ilmu untuk membuat keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuan.
- b. Wheelen & Hunger (2012) manajemen strategi merupakan serangkaian keputusan manajerial yang menentukan keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan mencapai tujuan dimana pengambilan keputusan dan tindakan manajemen tersebut dilakukan untuk jangka panjang.
- c. Seperti yang dijelaskan oleh Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, dan Robert E. Hoslisson (1997), manajemen strategis adalah cara bagi bisnis

untuk mengetahui apa yang ingin mereka lakukan dan bagaimana mereka dapat melakukannya (Sudiantini & Hadita, 2022: 4).

- d. Menurut Pearch dan Robinson (1997), manajemen strategi adalah proses mengembangkan dan melaksanakan strategi yang secara khusus diarahkan untuk memenuhi tujuan perusahaan.
- e. Menurut Lawrence R. Jauch dan William F. Glueck dalam bukunya “Strategic Management and Company Policy” terbitan tahun 1998, dijelaskan konsep strategi manajemen. Manajemen strategis mengacu pada proses pengambilan keputusan dan pengambilan aktivitas dengan tujuan membangun satu atau lebih strategi yang berhasil untuk memfasilitasi pencapaian tujuan perusahaan.
- f. Lynch (2018) mendefinisikan manajemen strategis sebagai serangkaian tindakan yang dapat mengarah pada penciptaan dan implementasi rencana untuk mencapai tujuan organisasi.
- g. Menurut Parnell (2013), manajemen strategi adalah rencana komprehensif dan berorientasi pada masa depan, ditentukan oleh kepemimpinan puncak, yang memungkinkan suatu organisasi menghasilkan barang atau jasa dengan kualitas lebih tinggi secara efisien dan efektif. Rencana ini ditujukan untuk mencapai tujuan atau sasaran operasional secara optimal dan strategis.

Dari beberapa teori di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi adalah suatu proses pengambilan keputusan yang sistematis dan inklusif, dipimpin oleh pimpinan dan dilaksanakan oleh seluruh tingkatan

organisasi, untuk mencapai tujuan tertentu. Ini melibatkan pendefinisian bagaimana mengimplementasikan rencana secara efektif.

B. Zakat

1. Pengertian Zakat

Ada banyak sekali referensi mengenai pendefinisian zakat. Namun, definisi tersebut memiliki satu makna dan inti dari pengertian zakat itu sendiri. Zakat merupakan rukun islam yang ke-lima dan menjadi kewajiban utama umat muslim untuk melaksanakannya. Bastiar dan Bahri (2019) mendefinisikan zakat secara bahasa mengacu pada keberkahan, pertumbuhan, perkembangan, dan kesucian. Dalam konteks zakat, secara khusus merujuk pada sebagian harta seseorang yang diwajibkan Allah SWT kepada pemiliknya untuk diberikan kepada orang yang memenuhi syarat tertentu.

Sedangkan menurut Undang-undang No 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat mendefinisikan Zakat adalah lembaga keagamaan yang bertujuan untuk mempromosikan keadilan dan kesejahteraan di masyarakat. Melakukan zakat adalah kewajiban bagi umat Islam yang mampu secara finansial sesuai dengan hukum Islam. Jadi, zakat merupakan ibadah kepada Allah SWT dengan memberikan harta kepada orang yang membutuhkan dengan tujuan untuk mensucikan harta tersebut.

Zakat adalah salah satu jenis ibadah yang memiliki kepentingan sosial yang signifikan. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Ridlo (2014) bahwa zakat membantu dalam mensejahterakan masyarakat. Zakat yang diberikan

oleh muzakki kepada mustahiq membantu mereka dalam kestabilan ekonomi dan kebutuhan mereka terpenuhi. Itu artinya, kepentingan atau hubungan sosial antara muzakki dan mustahiq dapat berlangsung dengan baik sebagai ibadah juga kepada Allah SWT. Adapun golongan yang berhak dalam menerima zakat menurut Zulkifli (2020), yang didasarkan pada Q.S AT-Taubah [9]: 60 adalah golongan fakir dan miskin, amil, muallaf, riqab, garimin, fisabilillah dan ibnu sabil.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap umat Islam wajib menunaikan zakat untuk mensucikan harta benda dan ruhaninya. Zakat sebagai rukun islam kelima, melambangkan penyucian, rahmat Tuhan, perluasan, dan moralitas. Zakat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, menstabilkan perekonomian, dan memenuhi kebutuhan mustahiq. Tujuan lainnya adalah untuk berdoa kepada Allah SWT dan mempererat hubungan muzakki-mustahiq. Membayar zakat memurnikan harta dan membawa manfaat, rasa syukur, dan ketenangan.

2. Dasar Hukum Zakat

Sebagai salah satu dari kelima rukun islam, zakat memiliki kedudukan tinggi yang wajib dilaksanakan oleh setiap muslim. Zulkifli (2020) mengatakan bahwa hukum menunaikan zakat adalah wajib *Ain* atau wajib individu yang telah memenuhi syarat dan dilakukan sesuai dengan syariat Islam.

Perintah menunaikan zakat ini berdasarkan pada pedoman hidup umat muslim yakni Al-Qur'an dan As-Sunnah. Perintah untuk menunaikan

zakat ini terdapat dalam firman Allah SWT, yakni dalam Q.S Al-Baqarah ayat 43 yang berbunyi:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ

“Dan dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat”

Artinya, Allah SWT telah memerintahkan kepada hambanya untuk menunaikan sholat dan zakat. Kedudukan zakat dalam hal ini disamaratakan dengan sholat. Sehingga, hukumnya wajib untuk dilaksanakan.

Menurut BAZNAS (2018), banyak ahli yang berpendapat zakat itu wajib. Hadits Rasulullah SAW lebih lanjut memperingatkan bahwa orang yang menghindari zakat akan mendapat hukuman di dunia dan akhirat. Sebagaimana yang tercantum dalam firman Allah Q.S At-Taubah [9]: 35 yang berbunyi:

يَوْمَ يُحْمَىٰ عَلَيْهَا فِي نَارِ جَهَنَّمَ فُتَكْوَىٰ بِهَا جِبَاهُهُمْ وَجُنُوبُهُمْ وَأَطْرُسُهُمْ

هُدَامًا كَانَتْ لَكُمْ فَنُفُسِكُمْ فَدُوفُوا مَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ ۝

“Pada hari ketika (emas dan perak) itu dipanaskan dalam neraka Jahanam lalu disetrikakan (pada) dahi, lambung, dan punggung mereka (seraya dikatakan), “Inilah apa (harta) yang dahulu kamu simpan untuk dirimu sendiri (tidak diinfakkan). Maka, rasakanlah (akibat dari) apa yang selama ini kamu simpan.”

Selain Selain berpegang teguh pada Al-Qur’an dan As-Sunnah, kewajiban dan perintah menunaikan zakat ini pun terdapat dalam ijma’. Musfira (2022) menggambarkan ijma' sebagai kesepakatan antara seluruh mujtahid Muslim setelah wafatnya Rasulullah SAW. Wajib zakat diputuskan oleh khalifah dan para sahabatnya. Ketika Abu Bakar mengambil alih kekuasaan setelah Rasulullah SAW wafat, umat Islam menjadi enggan membayar zakat. Sehingga hal itu, membuat Abu Bakar bertekad terhadap

kewajiban untuk membayar dan menunaikan zakat yang kemudian didukung oleh para sahabat.

Undang-undang No 23 Tahun 2011 pasal 1 dan 2 tentang pengelolaan zakat mengatakan bahwa zakat merupakan harta yang wajib diberikan oleh seseorang atau badan usaha kepada orang yang berhak menerimanya dan telah sesuai dengan syariat islam.

Dapat disimpulkan bahwa zakat itu sangat penting. Zakat merupakan rukun Islam yang ketiga dan wajib dibayarkan oleh seluruh umat Islam. Hal ini tertuang dalam beberapa ayat Al-Quran dan Sunnah. Orang yang tidak menunaikan dan mengeluarkan zakat akan mendapat siksa duniawi dan akhirat. Hal ini merupakan pengingat dan contoh bagi umat Islam untuk memahami tanggung jawabnya sebagai umat Islam.

3. Fungsi, Tujuan dan Manfaat Zakat

Menurut Zulkifli (2020), Zakat merupakan ibadah yang menunjukkan ketaatan kepada Allah SWT guna mencapai keridhaan-Nya baik dalam hubungan vertikal (*hablum minallah*) maupun hubungan horizontal (*hablum minannas*) dengan sesama manusia. Zakat juga dianggap sebagai ibadah yang ikhlas terhadap harta benda (*maaliyah ijthadiyyah*). Artinya, zakat memiliki nilai ibadah yang cukup tinggi dimata Allah SWT. Dengan berzakat, hubungan antara manusia dengan Allah maupun dengan manusia lainnya akan terjalin dengan baik.

Menurut Zulkifli (2020), zakat mempunyai beberapa fungsi penting. Dalam agama, zakat membantu menghilangkan dosa. Zakat membantu

masyarakat dan perekonomian dengan memberikannya kepada yang membutuhkan. Dalam politik, zakat membantu pemerintah dengan memberikan sejumlah uang kepada organisasi nasional.

BAZNAS (2018) menjelaskan manfaat zakat sebagai keimanan dan rasa Syukur kepada Allah SWT atas harta yang dimiliki, menolong sesama khususnya fakir miskin dalam memperbaiki dan memenuhi kebutuhan hidupnya sehingga terhindar dari sifat iri dengki, sebagai pondasi amal bersama orang kaya dan mujtahid, sebagai bentuk peduli sosial, sebagai pemasukan dana Pembangunan sarana prasarana umat muslim, memasyarakatkan bisnis karena zakat mensucikan harta dan memberikan nya kepada yang berhak menerima, sebagai penolong dalam pemerataan ekonomi Masyarakat, menumbuhkan semangat kerja yang tinggi karena orang yang suka berzakat akan senantiasa berusaha menjadi orang yang aktif dan produktif, menghindari dari sifat kikir dan menumbuhkan sifat dermawan, dan menumbuhkan sifat solidaritas sosial antara orang kaya dan fakir miskin.

Adapun Abbas (2017) membagi tujuan dan manfaat dalam tiga poin, diantaranya:

- a. Tujuan dan manfaat bagi muzakki yaitu zakat mengedepankan pengembangan pikiran positif, sedekah, penggantian keserakahan dengan prinsip dan etika Allah SWT, serta ungkapan syukur kepadanya. Zakat juga meningkatkan karakter individu kaya, menumbuhkan hubungan emosional antara orang kaya dan fakir miskin, serta

menumbuhkan kesadaran sosial dan empati yang tinggi terhadap orang lain.

- b. Tujuan dan manfaat bagi mustahiq yaitu zakat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pokoknya. Sebab, Islam menginginkan umatnya bahagia, nyaman, dan berkelimpahan dalam hidup baik dunia maupun akhirat. Selain itu, memberi zakat membersihkan kemarahan dan kecemburuan terhadap orang yang menerimanya.
- c. Tujuan dan manfaat bagi kehidupan Masyarakat karena zakat berkaitan erat dengan tanggung jawab sosial. Orang kaya diharapkan dapat membantu orang miskin mendapatkan uang melalui zakat dan akhirnya menjadi “muzakki”, atau orang yang membantu perekonomian tumbuh dan bermanfaat bagi negara. Hal ini karena tujuan zakat adalah untuk mengentaskan kemiskinan. Selain itu, memberikan zakat secara tidak langsung mendorong manusia untuk memiliki nilai-nilai yang baik sehingga membantu mereka menjaga kepribadiannya.

Dari penjelasan diatas, tujuan dan manfaat zakat secara umum adalah sebagai bentuk perwujudan iman dan rasa Syukur kepada Allah SWT atas harta yang telah diberikan kepada mereka serta membantu sesama umat muslim dalam memperbaiki taraf hidupnya.

4. Jenis-jenis Zakat

Zakat dibagi kedalam dua jenis utama yang wajib untuk dilaksanakan oleh seorang muslim semata-mata untuk beribadah kepada Allah SWT. Jenis zakat tersebut diantaranya:

a. Zakat Fitrah

Pengertian zakat fitrah dibagi dua yaitu secara etimologi dan terminology seperti yang disampaikan oleh Qardawi (2007) sebagaimana yang dikutip oleh Berkah, Azwari, Sprida & Umari (2020). Secara etimologis, zakat fitrah adalah suatu bentuk zakat yang diwajibkan sebagai hasil futur (buka puasa) di bulan Ramadhan. Sedangkan secara terminology, zakat fitrah yaitu zakat yang dikeluarkan dan ditentukan oleh jumlah atau hitungan anggota keluarga, baik anak-anak maupun orang dewasa wajib mengeluarkan zakat fitrah sepanjang bulan Ramadhan.

BAZNAS (2018) mengatakan bahwa zakat fitrah hukumnya wajib bagi mereka yang mampu dan memiliki makanan pokok melebihi kebutuhan dirinya sendiri dan keluarga dalam sehari semalam. Zakat fitrah wajib dilakukan dan di keluarkan bukan hanya untuk diri sendiri, melainkan untuk orang-orang yang menjadi tanggungan mereka yaitu keluarganya bila mereka muslim. Artinya, setiap muslim wajib untuk membayar zakat fitrah pada bulan Ramadhan.

Zulkifli (2017: 117) menyebutkan bahwa zakat fitrah disyariatkan dalam satu *sha'* atau *mud* dari makanan pokok seorang muslim di akhir bulan Ramadhan dengan tujuan mengucap rasa syukur atas nikmat Allah SWT dalam berbuka puasa. Ukuran satu *sha'* setara dengan empat mud dimana satu mud setara dengan mengisi kedua telapak tangan sedang atau setara dengan 2,7 kg (Prihensa & Ahmad, 2019: 196). Sedangkan

BAZNAS (2018) menetapkan 2,5 kg zakat fitrah untuk kehati-hatian dan jika seseorang ingin memberi lebih dari yang ditetapkan maka akan lebih baik baginya.

Adapun waktu yang diperkenankan untuk membayar zakat fitrah menurut Zulkifli (2017: 124) adalah sebelum manusia keluar untuk menunaikan sholat ied dan diperbolehkan satu atau dua hari sebelum idul fitri. Adapun seseorang yang membayar zakat fitrah setelah shalat ied maka dianggap tidak sah dan dianggap sebagai shadaqah biasa. Oleh karena itu, sebagai umat muslim penting sekali bagi kita untuk memperhatikan waktu pelaksanaan zakat fitrah dan pemberiannya kepada mustahiq.

Dapat disimpulkan bahwa wajib hukumnya untuk umat muslim khususnya mereka yang mampu dan memiliki makanan pokok lebih dalam sehari semalam (pada saat idul fitri) untuk menunaikan zakat fitrah sebagai bentuk rasa syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat yang telah diberikan selama bulan Ramadhan dan bertujuan untuk membantu sesama agar mereka terhindar dari perbuatan meminta-minta.

b. Zakat maal

Selain zakat fitrah, jenis zakat lainnya adalah zakat maal. Zakat maal adalah zakat yang wajib dikeluarkan oleh umat Islam atas berbagai harta (maal) yang dimilikinya jika telah memenuhi syariat Islam. Adapun harta yang termasuk ke dalam zakat maal diantaranya emas, perak,

hewan, hasil pertanian seperti buah dan biji-bijian, barang dagangan, dan uang (Dahlan, 2019: 29).

Harta zakat yang harus dibayar adalah harta yang telah memenuhi nisabnya. Menurut Berkah, dkk., (2020) nisab mengacu pada ambang batas minimum yang ditetapkan oleh hukum agama (syariah) sebagai kriteria penilaian kewajiban membayar zakat bagi individu yang memiliki kekayaan melebihi ambang batas tersebut. Orang yang memiliki harta dan telah melampaui ambang nisab wajib menunaikan kewajiban membayar zakat.

Adapun jenis-jenis harta yang wajib dizakati diantaranya adalah zakat emas dan perak, zakat binatang ternak, zakat perdagangan, zakat pertanian dan zakat barang tambang. Harta tersebut wajib dizakati oleh setiap muslim yang memilikinya sebesar 2,5% dari harta yang dimiliki. Adapun zakat pertanian dilihat dari cara pengairannya. Zakat yang perlu dibayarkan sebesar 5% apabila dalam pengairannya menggunakan sistem irigasi atau menggunakan biaya, sedangkan 10% apabila dalam pengairannya tanpa biaya yang berasal dari Sungai atau air hujan (Zulkifli, 2020: 88., Berkah, dkk., 2020:86., BAZNAS, 2018:148).

Dapat disimpulkan bahwa kedua jenis zakat tersebut wajib dilaksanakan oleh setiap muslim agar harta yang dimiliki selalu dilimpahkan keberkahan karena telah disucikan melalui zakat. Zakat fitrah dan zakat maal memiliki perbedaan yang terletak pada waktu pelaksanaan dan harta yang dizakatinya.

C. Zakat Produktif

1. Pengertian Zakat Produktif

Pada pendistribusian zakat yang dilakukan oleh lembaga yang telah diberikan wewenang selama ini hanya berfokus pada pendistribusian konsumtif. Kementerian Agama Republik Indonesia tahun 2023 menyebutkan bahwa masih ada pendistribusian lain yakni secara produktif yang dilakukan agar harta zakat yang telah diberikan dapat terus bertambah dari waktu ke waktu dengan tidak mengurangi esensi hak mustahiq.

Abdullah (2022) mendefinisikan zakat produktif adalah zakat yang diperuntukkan bagi orang miskin dalam bentuk modal usaha atau sumber daya lain yang dapat dimanfaatkan untuk usaha produktif. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas hidup mereka dengan memungkinkan penerimanya untuk bertransisi dari mustahiq menjadi muzakki, jika mereka berhasil menggunakan dana zakat tersebut dalam usaha bisnis mereka. Artinya, dana yang diberikan kepada mustahiq berupa modal usaha.

Dalam pemanfaatannya, zakat produktif dibagi dalam dua kategori yaitu: Pertama, zakat produktif tradisional berupa dana zakat yang diberikan dalam bentuk barang seperti hewan, mesin, ataupun alat-alat pertukangan. Kedua, zakat produktif kreatif berupa dana zakat yang diberikan dalam bentuk modal yang dapat digunakan untuk membangun sebuah proyek atau modal usaha perdagangan (Najmudin & Syihabudin, 2021). Kedua kategori tersebut sama-sama diartikan bahwa pendistribusian zakat secara produktif

dapat berbentuk barang atau modal usaha untuk mendukung usaha mustahiq agar hasilnya dapat dinikmati dalam jangka waktu yang panjang.

Pada perkembangannya, pendistribusian zakat produktif dapat dilakukan berdasarkan pada undang-undang pasal 27 no. 23 tahun 2011 tentang zakat yang berbunyi zakat produktif dialokasikan untuk kesejahteraan orang-orang miskin, dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan mereka. Hanya dimanfaatkan jika kebutuhan pokok konsumen sudah terpenuhi.

Pemberdayaan zakat produktif ini dilakukan oleh badan atau organisasi yang sudah profesional di bidangnya yaitu BAZNAS dan LAZNAS. Ada tiga prinsip dalam pengelolaan zakat produktif berdasarkan pernyataan yang dikeluarkan oleh Patminingsih (2020), diantaranya:

- a. Dialokasikan kepada individu mustahiq yang telah dinilai sesuai prinsip syariat;
- b. Individu mustahiq berhak menerima dan memanfaatkan zakat secara efektif; dan
- c. Memenuhi kebutuhan mustahiq.

Ketiga prinsip itu dilakukan dengan memprioritaskan mustahiq yang paling membutuhkan. Seperti golongan fakir dan miskin yang sulit dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-harinya. Pendistribusian dana zakat yang dilakukan secara produktif diharapkan dapat mengubah taraf hidup penerimanya dan manfaat yang diterima dapat dirasakan sebaik-baiknya.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa selain pendistribusian zakat secara konsumtif yang selalu dilaksanakan, pendistribusian zakat secara produktif juga sangat efektif untuk dilakukan. Dengan pendistribusian ini diharapkan bahwa mustahiq dapat memperbaiki kebutuhan ekonomi dengan jangka waktu yang cukup panjang sehingga hal itu dapat mengubah status mustahiq menjadi muzakki.

2. Dasar Hukum Zakat Produktif

Penjelasan secara rinci mengenai hukum zakat produktif tidak tertulis dalam Al-Quran maupun As-Sunnah dikarenakan ini hanyalah menjadi salah satu cara pendistribusiannya saja, sehingga hukum yang dipakai mengikuti hukum zakat yang sebenarnya (Patminingsih, 2020). Pendistribusian zakat produktif ini didasarkan pada pertimbangan kemaslahatan umat yang terdapat dalam Al-Quran dan As-Sunnah.

Menurut Daulay, Khoiri & Syahputra (2022), zakat produktif dapat dikelompokkan kedalam dua bentuk pendistribusian, diantaranya:

- a. Harta zakat diberikan secara langsung oleh organisasi pengelola zakat kepada mustahiq dan menjadi hak milik mustahiq tersebut untuk dikelola dan dikembangkan oleh mereka.
- b. Harta zakat diberikan kepada mustahiq secara langsung, namun dijadikan hutang atau bagi hasil oleh badan amil yang mengelolanya. Hal ini menimbulkan pro dan kontra dikalangan para sejarawan karena pemberian zakat sseharusnya adalah pemberian yang sudah menjadi hak milik mereka.

Fitri (2017) menegaskan bahwa hukum diperbolehkannya zakat produktif ini telah tercatat dalam fatwa MUI No 4 Tahun 2003 tentang pendayagunaan zakat untuk investasi. Fatwa tersebut mengatakan ada syarat tertentu untuk melakukan zakat in diantaranya adalah diberikan kepada usaha yang sesuai syariat dan peraturan yang berlaku, diinvestasikan pada usaha yang memiliki potensi keuntungan, usaha tersebut harus dibimbing dan diawasi lembaga yang berwenang, dijalankan oleh lembaga yang terpercaya, harus dapat jaminan pemerintah sehingga dapat diganti jika terjadi kerugian, dan waktu investasi telah dibatasi.

Dari penjelasan diatas, telah disepakati bahwa para ulama memperbolehkan dilakukannya zakat produktif karena pada dasarnya harta zakat yang telah diberikan kepada muztahiq melalui zakat produktif baik dikelola oleh mustahiq itu sendiri maupun oleh pemerintah atau lembaga amil zakat memiliki maksud dan tujuan yang sama yaitu untuk kepentingan dan kesejahteraan masyarakat.

D. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

1. Pengertian Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Bado & zulkifli (2021) mendefinisikan pemberdayaan secara istilah dengan yang berasal dari kata “daya” yang artinya kemampuan. Sehingga, pemberdayaan diartikan sebagai proses memperoleh atau memberikan kemampuan dari pihak yang memiliki daya dan kurang memiliki daya. Istilah pemberdayaan dalam konteks masyarakat diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam membangun keberdayaan Masyarakat dengan

membantu meningkatkan perekonomian masyarakat yang tidak mampu dan membantu mereka keluar dari zona kemiskinan.

Sedangkan menurut Suaib (2023) istilah pemberdayaan berasal dari kata empowerment yang dimaknai sebagai pemberian kemampuan kepada pihak yang tidak mampu. Dari pengertian tersebut dapat diambil Kesimpulan bahwa pemberdayaan adalah pemberian kemampuan oleh seseorang yang memiliki daya kepada seseorang yang tidak berdaya untuk membantu mereka meningkatkan perekonomian dan keluar dari zona kemiskinan.

Menurut Nurdin, Sihabudin & Suparman (2022), pemberdayaan ekonomi dalam masyarakat mengacu pada inisiatif perubahan masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup, otonomi, dan kesejahteraan masyarakat melalui pemecahan masalah secara kolektif dan individu. Artinya, pemberdayaan ekonomi masyarakat berarti usaha dalam membantu masyarakat untuk hidup mandiri tanpa ketergantungan terhadap pemberian orang lain dan membantu mereka keluar dari kemiskinan.

Selain itu, pemberdayaan masyarakat dapat dilihat melalui tiga pendekatan berbeda (Bado & Zulkifli, 2021). Pertama, dengan menciptakan kondisi kondusif yang memudahkan berkembangnya kemampuan individu (enabling), yang meliputi pemberian motivasi dan dorongan kepada individu untuk mengenali kemampuan yang dimilikinya serta menumbuhkan keinginan untuk mengembangkan kemampuan tersebut. Kedua, dengan memperkuat sumber-sumber kekuasaan yang ada

(empowering), yaitu mengambil tindakan nyata untuk menyediakan beragam sumber daya dan peluang yang memberdayakan masyarakat. Aspek pemberdayaan masyarakat ini erat kaitannya dengan penguatan, asimilasi, dan penerapan prinsip demokrasi. Terakhir, pemberdayaan disama artikan dengan melindungi, dimana melindungi ditujukan untuk mencegah persaingan tidak sehat dan menjaga agar kelompok rentan tidak dieksploitasi oleh pihak yang berkuasa.

Pemberdayaan masyarakat memiliki tujuan tersendiri. Ristina & Yusuf (2020) mengatakan bahwa pemberdayaan ekonomi masyarakat bertujuan untuk menumbuhkan kemandirian, inovasi, dan dorongan kewirausahaan di antara individu, bukan hanya mengandalkan modal yang tersedia. Oleh karena itu, dengan adanya proses pemberdayaan ekonomi, masyarakat akan lebih mandiri dan memiliki keinginan tinggi untuk memperbaiki perekonomian mereka. Sehingga memungkinkan mereka menjalani kehidupan yang lebih baik dan sejahtera.

Dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan ekonomi Masyarakat merupakan kemampuan untuk membuat Masyarakat lebih mandiri dan memiliki motivasi yang tinggi untuk memperbaiki taraf hidup mereka. Selain itu, pemberdayaan ekonomi juga membuat Masyarakat terlepas dari ketergantungan mereka terhadap pemberian orang lain.

2. Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Perencanaan yang efektif sangat penting dalam pemberdayaan masyarakat untuk menjamin keberhasilan pencapaian tujuan yang telah

ditentukan. Priyono (2006: 170) dalam Permana (2021) menguraikan berbagai strategi pemberdayaan masyarakat yang meliputi: peningkatan sumber daya manusia, mendorong pembentukan dan perluasan lembaga kelompok, mendorong penanaman modal pemerintah dan swasta, memfasilitasi pengembangan usaha produktif, dan memastikan penyediaan informasi yang relevan dan tepat. Oleh karena itu, dengan adanya strategi tersebut, pemberdayaan Masyarakat dapat dilakukan dengan baik.

Menurut Handini, Sukei & Kanty (2019), strategi pemberdayaan masyarakat terdiri dari tiga komponen utama. Langkah pertama adalah memilih salah satu pihak dan memberikan suara kepada komunitas. Kedua, membina keterlibatan masyarakat melalui otonomi dan pelimpahan wewenang dalam pengelolaan pembangunan. Ketiga, memfokuskan keterlibatan masyarakat pada arah perubahan sistem sosial ekonomi, seperti kesehatan, budaya, dan politik. Oleh karena itu, strategi yang dibuat didasarkan pada kepentingan masyarakat.

Suharto (2012:67-68) dalam Hamid (2018) menegaskan bahwa pencapaian tujuan pemberdayaan dapat dicapai dengan menggunakan strategi pemberdayaan 5P yang merupakan singkatan Pemungkinan, Penguatan, Perlindungan, Penyokongan dan Pemeliharaan. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

- a. Pemungkinan adalah membuat lingkungan yang memaksimalkan pertumbuhan potensi masyarakat.

- b. Penguatan adalah memperkuat pengetahuan dan keterampilan masyarakat untuk secara efektif mengatasi tantangan dan memenuhi kebutuhan mereka.
- c. Perlindungan adalah melindungi kelompok rendah ditindas oleh kelompok kuat dan mencegah persaingan tidak sehat.
- d. Penyokongan adalah memberikan bimbingan dan bantuan untuk memungkinkan individu memenuhi tanggung jawab dan mencapai tujuan hidup mereka.
- e. Pemeliharaan adalah memastikan keadaan yang menguntungkan untuk menjaga distribusi kekuasaan yang harmonis di antara berbagai kelompok masyarakat.

Dapat disimpulkan bahwa strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat merupakan upaya dalam melakukan pemberdayaan agar Masyarakat dapat meningkatkan taraf hidup mereka. Dengan adanya pemberdayaan ekonomi Masyarakat membuat mereka dapat lebih mandiri dalam menjalankan kehidupan tanpa berharap pada pemberian orang lain.

3. Pemberdayaan Ekonomi Melalui Zakat Produktif

Zakat produktif merupakan salah satu cara pendistribusian zakat yang dilakukan oleh lembaga zakat dalam membantu memberdayakan ekonomi masyarakat. Seperti yang dikemukakan oleh Abdullah (2022) bahwa Zakat produktif adalah zakat yang diperuntukkan bagi orang miskin dalam bentuk modal usaha atau sumber daya lain yang dapat dimanfaatkan untuk usaha produktif. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas hidup mereka

dengan memungkinkan penerimanya untuk bertransisi dari mustahiq menjadi muzakki, jika mereka berhasil menggunakan dana zakat tersebut dalam usaha bisnis mereka. Jadi, pemberian dana tersebut diperuntukan bagi mustahiq dalam permodalan usaha agar hasilnya dapat dimanfaatkan dalam jangka panjang.

Dana zakat sebaiknya didistribusikan oleh lembaga yang memiliki wewenang dalam pendistribusian zakat. Hal ini sejalan dengan pendapat Anwar (2018) bahwa dana zakat untuk kegiatan produktif sebaiknya dilaksanakan oleh Lembaga Amil Zakat (LAZ), sebuah organisasi terpercaya yang tidak hanya menyalurkan dana zakat namun juga melakukan pembinaan dan pelatihan agar dapat digunakan sebagai modal kerja dan menghasilkan pendapatan yang layak bagi penerimanya.

Zakat produktif membantu UMKM dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat dan mengurangi tingkat kemiskinan. Dana zakat produktif ini diberikan kepada usaha yang memiliki peluang jangka panjang dan membuat penerimanya tidak ketergantungan terhadap pemberian orang lain. M. Yusuf (2017) seperti yang dikutip oleh Anwar (2018) mengatakan bahwa penerima zakat produktif harus memenuhi tiga ketentuan yaitu (1) Memiliki usaha produktif dari lama; (2) Bersedia menerima pendampingan dalam melakukan usahanya; dan (3) Bersedia untuk menyampaikan laporan setiap enam bulan sekali secara teratur.

Dapat disimpulkan bahwa uang zakat produktif ini diberikan kepada usaha-usaha yang memiliki potensi jangka panjang, sehingga penerimanya

tidak bergantung pada kemurahan hati orang lain. Dengan demikian, zakat produktif tidak hanya meningkatkan taraf hidup mustahiq, tetapi juga mendorong kemandirian ekonomi dan berpotensi mengangkat posisi mereka sebagai muzakki.

E. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

1. Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Menurut undang-undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, UMKM dapat didefinisikan sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro adalah usaha perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang produktif dan memenuhi kriteria pada undang-undang.
- b. Usaha kecil adalah usaha produktif ekonomi yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan cabang usaha dari usaha menengah dan usaha besar baik secara langsung maupun tidak serta memenuhi kriteria pada undang-undang.
- c. Usaha Menengah adalah usaha produktif ekonomi yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan cabang usaha dari usaha kecil dan usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan baik secara langsung maupun tidak langsung seperti yang tertera pada undang-undang.

Dapat disimpulkan bahwa UMKM menurut undang-undang diatas adalah usaha perdagangan yang dipimpin oleh perseorangan yang meliputi

usaha ekonomi produktif yang memenuhi kriteria khusus yang ditetapkan dalam Undang-Undang.

Sulaeman (2023) mendefinisikan UMKM sebagai usaha yang dijalankan oleh rumah tangga, kelompok, perseorangan, atau badan usaha kecil lainnya. Indonesia sebagai negara berkembang mendorong tumbuhnya kemandirian masyarakat khususnya di bidang perekonomian sehingga menjadikan UMKM sebagai tumpuan utama sektor perekonomian masyarakat. Oleh karena itu, UMKM menjadi salah satu faktor utama dalam meningkatkan perekonomian negara.

UMKM merupakan usaha yang berdiri sendiri atas inisiatif seseorang dalam membuka usaha tersebut. Handini, Sukesi & Kanty, (2019: 19) mengatakan bahwa UMKM memiliki peranan yang cukup penting dalam perekonomian masyarakat. Terlebih lagi, UMKM memanfaatkan berbagai sumber daya alam yang belum dimanfaatkan. Sehingga, pengolahan sumber daya alam masing-masing daerah bisa dibantu oleh UMKM. Oleh karena itu, dengan adanya UMKM, ekonomi Masyarakat sekitar dapat membantu meningkatkan perekonomian Masyarakat sekitar khususnya dalam pemanfaatan sumber daya alam yang tersedia.

UMKM memiliki potensi yang cukup luas dalam membantu perekonomian masyarakat. Hanim, Noorman & Oprsla (2018:5) mengemukakan bahwa UMKM berpotensi untuk meningkatkan kesempatan kerja, meningkatkan pemerataan dan pertumbuhan pendapatan masyarakat, mendorong pembangunan ekonomi, dan berkontribusi terhadap

pencapaian stabilitas nasional. Tanpa mengecilkan arti penting korporasi dan dunia usaha besar, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) harus mendapat peluang, dukungan, perlindungan, dan pengembangan utama guna memberikan landasan kokoh bagi kelompok usaha ekonomi kerakyatan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa UMKM merupakan salah satu badan usaha perorangan yang berdiri sendiri dan telah diatur dalam undang-undang. UMKM membantu Masyarakat dalam meningkatkan taraf hidup mereka dengan membuka usaha dan memperluas lapangan pekerjaan. Sehingga, UMKM dapat mengurangi tingkat pengangguran Masyarakat.

2. Karakteristik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Karakteristik UMKM mengacu pada ciri atau kondisi obyektif yang ada dalam kegiatan usaha dan tindakan pengusaha yang terlibat dalam pengelolaan perusahaannya. Atribut ini menjadi faktor pembeda antar pelaku usaha berdasarkan besar kecilnya usahanya. Menurut Bank Dunia dalam Khairunnisa, dkk. (2022), UMKM dapat dikategorikan menjadi tiga jenis: 1) Usaha mikro (yang mempekerjakan hingga 10 orang); 2) Perusahaan kecil (mempekerjakan maksimal 30 orang); 3) Usaha menengah (yang mempekerjakan hingga 300 orang).

Karakteristik UMKM diklasifikasikan berdasarkan dari usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah, sebagai berikut (Sukardi, 2021; Hanim & Noorman, 2018):

a. Karakteristik usaha Mikro

Jenis usaha dan barang yang dijual bisa berubah sewaktu-waktu, tempat kerja bisa berpindah-pindah, keuangan usaha belum tercatat dengan baik, Sumber Daya Manusia (SDM) masih belum memadai dan belum bisa berbisnis, lebih cenderung berurusan dengan rentenir dibandingkan bank, tidak memiliki izin usaha dan keuangan rumah tangga dan bisnis masih tercampur.

b. Karakteristik usaha kecil

Jenis usaha dan barang tidak mudah berubah, tempat usaha menetap, keuangan telah tercatat secara sederhana, memiliki izin usaha, Sumber Daya Manusia (SDM) sudah memiliki kemampuan wirausaha, memiliki akses perbankan, dan perencanaan bisnis belum terlaksana.

c. Karakteristik usaha menengah

Manajemen usaha sudah teratur, sistem keuangan menggunakan akuntansi, memiliki izin tetangga dan izin usaha, memiliki aturan perusahaan yg jelas, memiliki kerjasama dengan perbankan dan usaha lainnya, serta SDM sudah selevel dengan supervisor dan manajer.

Secara singkat, Muttalib (2022) menyebutkan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) biasanya menunjukkan karakteristik seperti manajemen otonom, pembiayaan mandiri, fokus pasar lokal, aset perusahaan sederhana, dan tenaga kerja terbatas. UMKM beroperasi dalam kerangka kolaboratif dan menganut sistem ekonomi demokratis, dengan mengedepankan kemandirian, stabilitas, keberlanjutan, dan efisiensi. Oleh karena itu, UMKM memiliki keunikannya sendiri dalam kegiatan usaha.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa UMKM memiliki karakteristik yang unik dan menjadi pembeda antara UMKM dengan badan usaha lainnya. Perbedaan itu terletak dari modal, penghasilan, jenis usaha, manajemen usahanya, manajemen keuangannya, dan sebagainya.

3. Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Selain memiliki kriteria dan karakteristik yang membedakan antara usaha satu dan yang lainnya, UMKM juga memiliki peran dalam membantu perekonomian. Sebagaimana yang disebutkan oleh Sarjana, dkk. (2022) bahwa UMKM memiliki peran penting dalam membangun perekonomian bangsa. UMKM memiliki pengaruh penting karena menjadi roda bagi perkembangan ekonomi. UMKM mampu berperan dalam membangun lapangan pekerjaan, membangun keadaan yang kompetitif dan memiliki inovasi yang terus meningkat dalam waktu ke waktu. Dalam kondisi ekonomi makro, UMKM dapat berpartisipasi dalam pemanfaatan sumber daya secara ekonomis, mengembangkan dan memperluas lapangan pekerjaan, serta menghasilkan pendapatan yang lebih baik.

Selain itu, Hanim & Noorman (2018) menyebutkan bahwa UMKM memiliki peran penting khususnya bagi negara berkembang dimana pemerintah sudah memiliki program yang strategis sebagai faktor pendukung perkembangan UMKM. Organisasi internasional juga ikut mendukung dan mendorong perkembangan UMKM melalui kerja sama bilateral. UMKM tidak hanya penting dalam perekonomian bangsa tetapi juga penting dalam membangun dan memperluas lapangan pekerjaan serta

menjadi sumber pendapatan yang cukup kompetitif bagi masyarakat miskin. Oleh karena itu, UMKM dapat mendorong Masyarakat untuk memiliki pekerjaan yang layak sehingga mereka dapat memperbaiki taraf hidup mereka.

UMKM juga memiliki peran penting dalam kesejahteraan masyarakat. Alasannya adalah UMKM bisa berkembang di lingkungan yang sama dengan perusahaan besar dan bahkan bisa mengungguli mereka karena karyawannya yang sangat produktif. Selain itu, perusahaan besar juga bisa mendapatkan manfaat dari UMKM dengan cara lain, seperti ketika UMKM menyediakan bahan baku, komponen, dan bahan lain yang digunakan oleh perusahaan besar untuk membuat produk bernilai tinggi (Widjaja et al., 2018). Oleh karena itu, UMKM tidak hanya memiliki peran pada perekonomian Masyarakat rendah namun juga menjadi penunjang bagi perusahaan-perusahaan besar.

Departemen Koperasi Indonesia (2008) menyatakan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mempunyai peranan penting dalam perekonomian negara. Kontribusi mereka antara lain adalah sebagai berikut: pemeran utama dalam aktivitas ekonomi; menciptakan lapangan kerja; mendorong pembangunan ekonomi regional; berperan sebagai inovator pasar; dan mengurangi defisit perdagangan Indonesia secara signifikan. Agar usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat berkontribusi terhadap perbaikan masyarakat, pertumbuhannya harus dilakukan secara metodis dan berjangka panjang, dan pemiliknya harus terus mengasah

kemampuan kewirausahaannya. Hal ini, yang telah diberikan akomodasi khusus oleh pemerintah, akan tumbuh dan pada akhirnya membantu perekonomian skala kecil.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa UMKM memegang peran penting khususnya dalam perekonomian masyarakat miskin dan membantu mensejahterakan masyarakat dengan membangun sektor usaha yang lebih luas untuk menciptakan lapangan pekerjaan yang lebih baik. Sehingga, masyarakat dapat memanfaatkan lapangan pekerjaan tersebut dalam membantu memperbaiki perekonomian mereka.

