KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT yang maha pengasih dan maha penyayang, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya kepada penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi yang berjudul "Strategi Pengembangan Usaha Mustahik Penerima Zakat Produktif di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi".

Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi terakhir sejuta umat yakni Baginda Rasulullah Muhammad SAW serta sahabat serta pengikut-nya yang senantiasa tetap istiqomah sampai akhir zaman yang senantiasa kita nantikan safaatnya di yaumul qiyamah nanti.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis berkesempatan mengucapkan terimakasih terkhususnya paling utama kepada kedua Orang Tua, ayahanda Refrizon dan ibunda Firdesni yang telah mendoakan semangat serta bimbingannya atas segala bentuk bantuan dan bimbingan serta dukungan yang telah diberikan dari semua pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada wakktunya. Secara rinci ucapan terimakasih disampaikan kepada:

1. Ibu **Prof.Dr.Silfia Hanani, S.Ag, M.Si** selaku Rektor UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
2. Bapak **Prof.Dr.Aidil Alfin, M.Ag, Ph.D** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
3. Bapak **Andis Febrian, MM** selaku Ketua Program Studi SI Manajamen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam.
4. Bapak **Dr. Awaluddin, MA** selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Bapak **H. Harfandi, SE,M.Si** selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu bersedia mengarahkan dan meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam prnyusunan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukitiinggi Khususnya Dosen Fakultas Ekonomi Bisnis Islam yang telah mendidik dan mengajarkan penulis banyak hal sejak dari awal masuk perkuliahan sampaai saat ini.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi untuk penelitian selanjutnya dan berguna bagi masyarakat banyak.

Bukittinggi, Mei 2025

Penulis

Ivo Afdaliza

NIM 3721065

ABSTRAK

Jumlah mustahik yang terus meningkat, menandakan ada sesuatu hal yang membuat usaha mustahik tidak berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha mustahik penerima zakat produktif di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh (ABTB), Kota Bukittinggi. Zakat produktif merupakan salah satu bentuk pemberdayaan ekonomi umat dengan memberikan bantuan modal usaha kepada mustahik agar mereka dapat mandiri secara ekonomi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap mustahik serta lembaga pengelola zakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha yang diterapkan mencakup pelatihan keterampilan usaha, pendampingan berkelanjutan, serta pengelolaan keuangan sederhana. Meskipun terdapat peningkatan pendapatan sebagian mustahik, masih ditemukan kendala seperti keterbatasan akses pasar dan kurangnya manajemen usaha yang efektif. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi yang lebih erat antara lembaga zakat, pemerintah, dan pihak swasta untuk memperkuat dampak zakat produktif dalam mewujudkan kemandirian ekonomi mustahik di wilayah ABTB.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada BAZNAS Bukittinggi, maka dapat dtentukan strategi pengembanganusaha mustahik penerima zakat produktif di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi yaitu; 1) Mustahik penerima zakat produktif di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi telah memanfaatkan dana zakat produktif untuk pengembangan usahanya. 2) Sebagian mustahik sudah mengalami peningkatan pendapatan setelah mendapatkan dana zakat produktif meskipun ada beberapa yang masih menghadapi kendala dalam mengelola usaha. 3) Pentingnya Mustahik untuk melakukan pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing. 4) Pentingnya bagi Mustahik untuk mengurus legalitas usahanya. Seperti perizinan tempat usaha, label halal, dan BPOM.5) Program zakat produktif memberikan dampak positif untuk masyarakat sekitar dalam menciptakan lapangan pekerjaan. 6) BAZNAS Bukittinggi berperan penting dalam memberikan pendampingan dan pelatihan bagi mustahik agar dana zakat dikelola lebih efektif.7) Kendala Mustahik dalam mengelola usaha, manajemen keuangan sederhana.8) Program zakat produktif memberikan dampak positif bagi masyarakat dalam menciptakan kemandirian ekonomi.9) Program zakat produktif cukup efektif dalam meningkatkan kesejahteraan Mustahik di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi , namun masih memerlukan dukungan berupa pendampingan dan monitoring usaha. 10) Diperlukan strategi program zakat produktif yang lebih terstruktur dalam pembinaan, penguatan jaringan pemasaran, serta evaluasi secara berkala terhadap perkembangan usaha mustahik.

Kata kunci: Zakat produktif, mustahik, strategi pengembangan usaha, strategi, pemberdayaan ekonomi.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR i
ABSTRAK iii
DAFTAR ISI iv
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi Masalah 8
C. Batasan Masalah 8
D. Rumusan Masalah 8
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian 9
F. Penjelasan Judul 10
BAB II LANDASAN TEORI 12
A. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) 12
1. Pengertian UMKM 12
2. Karakterirtik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) 14
3. Prinsip-Prinsip UMKM 15
4. Kekuatan dan kelemahan UMKM 16
5. Upaya Pengembangan UMKM 17
B. Zakat Produktif 19
1. Pengertian Zakat Produktif 19
2. Dasar Hukum Zakat Produktif 20
3. Sejarah Zakat Produktif 21
4. Syarat dan Rukun Zakat Produktif 22
5. Macam-macam Zakat Produktif 23
6. Manfaat Zakat Produktif 24
7. Pengelolaan Zakat Produktif 25
8. Pendistribusian Zakat Produktif 29
C. Kajian Terdahulu 31
BAB III METODE PENELITIAN 35

A. Jenis penelitian 35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 35
C. Jenis dan Sumber Data 36
1. Sumber Data Primer 36
2. Sumber Data Sekunder 36
D. Informan Penelitian 37
E. Teknik Pengumpulan Data 37
1. Wawancara 37
2. Dokumentasi 38
F. Teknik Analisis Data 38
1. Analisis SWOT 39
2. Internal Factor Evaluation dan External Factor Evaluation (IFAS & EFAS) 39
3. Matrik SWOT 43
4. Tabel Bobot Skor 44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 45
A. Gambaran Umum Objek Penelitian 45
1. Letak dan Keadaan Wilayah 45
2. Gambaran umum Mustahik penerima zakat produktif di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh 46
B. Analisis SWOT 47
1. Identifikasi Analisis SWOT 47
2. IFE dan EFE 53
3. Matrik SWOT 56
4. Tabel Bobot Skor 62
C. Strategi Pengembangan Usaha Mustahik 63
BAB V PENUTUP 69
A. Kesimpulan 69
B. Saran 70
DAFTAR PUSTAKA 72
PEDOMAN WAWANCARA 76

LAMPIRAN 78

DAFTAR TABEL

TABEL 1. 1 6
TABEL 1. 2 7
TABEL 2. 1 13
TABEL 2. 2 32
TABEL 3. 1 41
TABEL 3. 2 43
TABEL 3. 3 43
TABEL 3. 4 45
TABEL 4. 1 48
TABEL 4. 2 49
TABEL 4. 3 51
TABEL 4. 4 52
TABEL 4. 5 54
TABEL 4. 6 55
TABEL 4. 7 56
TABEL 4. 8 62

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Karena statusnya sebagai negara berkembang, Indonesia menghadapi banyak masalah ekonomi. Kemiskinan dan ketimpangan distribusi pendapatan adalah salah satu masalah nyata yang dihadapi oleh negara Indonesia. Tingginya angka kemiskinan yang terjadi di Indonesia, maka Kota Bukittinggi dapat meminimalisir angka kemiskinan tersebut dengan mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah yang ada di kota Bukittinggi.

Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian di Indonesia, dengan jumlahnya yang mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Pada tahun 2023 pelaku usaha UMKM mencapai sekitar 66 juta. Kontribusi UMKM mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, setara Rp9.580 triliun. UMKM menyerap sekitar 117 juta pekerja (97%) dari total tenaga kerja.[1]

UMKM menjadi salah satu cara untuk mengatasi kemiskinan masyarakat, meratakan tingkat perekonomian rakyat kecil, dan memberikan pemasukan devisa bagi negara. UMKM sendiri didefinisikan sebagai usaha perdagangan atau jasa yang dikelola oleh individu atau kelompok dan memiliki potensi untuk meningkatkan ekonomi negara.[2] Pengembangan usaha adalah proses

[1] Kadin Indonesia, *"UMKM Indonesia"*,(https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/, diakses pada tanggal 29 Agustus 2024, 17.57)
[2] Basuki Pujoalwanto, *Perekonomian Indonesia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hal.18

yang melibatkan identifikasi, pemeliharaan, dan akuisisi pelanggan serta peluang bisnis baru untuk meningkatkan pertumbuhan dan profitabilitas jangka panjang. Serta mencakup aktivitas yang menyediakan barang atau jasa yang diperlukan oleh konsumen, baik oleh individu maupun badan usaha. Tujuan utamanya untuk menciptakan nilai dan memperluas kapasitas bisnis untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Perkembangan UMKM, dapat didukung dengan adannya keterampilan dalam berbisnis, lingkungan kerja yang kooperatif, dan kemampuan untuk cepat beradaptasi dengan permintaan dan penawaran pasar. Usaha mikro kecil menengah berasal dari masyarakat yang memiliki jiwa kewirausahaan. Namun, beberapa kendala yang sering dihadapi oleh masyarakat yang ingin mendirikan UMKM adalah masalah permodalan. Meskipun banyak upaya pemerintah untuk membantu usaha ini, masih banyak masyarakat yang belum merasakan bantuan ini. Hal ini disebabkan oleh besarnya proporsi usaha mikro dan keterbatasan pemerintah dalam mengelola pendistribusian bantuan. Keterbatasan ini seharusnya dapat dicari solusinya agar seluruh sektor usaha mikro bisa menerima bantuan, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada pengentasan kemiskinan.[3]

Oleh karena itu, perlu adanya lembaga yang dapat menyediakan modal usaha untuk pertumbuhan usaha masyarakat agar usaha kecil dapat berkembang . BAZNAS Bukittinggi memiliki program penyaluran dana zakat

[3] Umrotul Khasanah, *Manajemen Zakat Modern*, (Malang: UIN-MALIKA PRESS, 2010), hal. 173

produktif yang memberikan bantuan kepada mustahik yang tengah menjalankan usahanya. Untuk membantu usaha mikro yang pendapatannya masih di bawah *nishab*, BAZNAS Bukittinggi memiliki program zakat produktif. Hal ini dilakukan untuk membuat dana zakat yang diberikan oleh muzakki bermanfaat bagi mustahik sehingga tidak hanya digunakan dalam jangka pendek, tetapi juga untuk jangka panjang. Penggunaan zakat produktif di BAZNAS Bukittinggi, salah satunya diberikan kepada bisnis kecil dan menengah. Hal ini disebabkan UMKM memiliki potensi yang luar biasa untuk meningkatkan kesejahteraan mustahik.

Zakat adalah salah satu cara untuk mengatasi kemiskinan. Zakat berfungsi secara strategis dan memengaruhi tingkah laku ekonomi manusia serta pembangunan ekonomi, sehingga dapat mengurangi disparitas kelas dan ketimpaan ekonomi. Karena perbedaan kelas ini akan memicu rasa benci dan dendam. Zakat adalah upaya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi umat, bukan hanya sekedar sumbangan.[4] Dengan berfungsi sebagai pemberdayaan ekonomi rakyat, zakat dapat memberikan bantuan tidak hanya untuk kebutuhan konsumtif para mustahik, tetapi juga mampu membantu kemajuan ekonomi mustahik secara langsung. Dengan kata lain, dana zakat yang dikumpulkan menjadi dana produktif yang dapat menghasilkan keuntungan dan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat yang lebih luas. Zakat produktif adalah zakat yang diberikan kepada mustaḥik sebagai modal untuk melakukan suatu kegiatan ekonomi, yaitu untuk meningkatkan tingkat

[4] Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam III*, (Jakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1999), hal. 331.

ekonomi dan potensi produktifitas mustaḥik. Zakat produktif didefinisikan sebagai pengelolaan dan penyaluran zakat dengan cara yang menghasilkan hasil bagi mereka yang menerimanya dalam jangka panjang.[5] Diharapkan bahwa zakat produktif ini akan menarik muzakki baru, sehingga mustahik saat ini dapat membayar zakat dalam satu, dua, atau tiga tahun ke depan.

Zakat bagi umat islam, merupakan bagian penting dari ajaran islam yang harus dilakukan. Seiring dengan syahadat, sholat, puasa, dan haji, zakat juga salah satu dari lima rukun Islam. Setelah orang memiliki banyak harta, mereka harus membayar zakat kepada Allah SWT. Bagi seorang muslim, membayar zakat semata-mata menunjukkan tingkat imannya kepada Allah SWT. Zakat juga merupakan kewajiban agama seperti sholat dan haji. Menurut ajaran islam, kekayaan adalah mutlak milik Allah SWT, dan manusia hanya berfungsi sebagai pengurus dan pemanfaatannya. Harta adalah amanah yang harus dipelajari di akhirat. Oleh karena itu, setiap muslim yang kekayaan mereka telah mencapai nisab dan haul harus mengeluarkan zakat, baik zakat fitra maupun zakat mal.[6]

Sejalan dengan Undang-Undang Repuplik Indonesia Nomor 23 tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, pasal 25 menyatakan bahwa zakat harus diberikan kepada mustahik sesuai dengan ketentuan Syariat Islam, dan pasal 27 menyatakan bahwa zakat dapat digunakan untuk usaha produktif yang

[5] Nasrullah, *"Regulasi Zakat dan Penerapan Zakat Produktif Sebagai Penunjang Pemberdayaan Masyarakat"*, Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, (,Inferensi), Vol. 9, No. 1, hal.6.

[6] Fathur Rahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam* (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), Hal 183

bertujuan untuk menangani fakir miskin dan meningkatkan kualitas umat.[7] Dengan demikian, jelas bahwa pendistribusian zakat harus diprioritaskan untuk membangun usaha produktif bagi penerima zakat agar mereka dapat menghasilkan pendapatan bagi mustahik dan bahkan membuka lapangan kerja sehingga menarik banyak tenaga kerja. Yang nantinya akan mengurangi angka pengangguran. Ini berarti bahwa pendistribusian zakat harus berubah dari pola konsumtif menuju pola produktif. Ini dimaksudkan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat fakir miskin untuk menghasilkan uang dan keluar dari kemiskinan.

Baznas Kota Bukittinggi akan memberikan 231.450.000 kepada 289 Mustahik, yang akan diberikan sesuai dengan kebutuhan penerima yang telah mengajukan permohonan atau proposal sesuai dengan aturan. Yang mana, 87% dana Baznas Kota Bukittinggi berasal dari ASN, sedangkan 13% berasal dari sumber umum seperti pedagang, pengusaha, dan lainnya. Hingga April 2024, Baznas Bukittinggi telah memberikan zakat sebesar Rp1,6 miliar kepada mustahik, yang sudah mencapai sekitar 50% dari target Rp3,2 miliar tahun 2024.[8] Ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi oleh mustahik. Mereka harus berasal dari masyarakat menengah kebawah yang benar-benar membutuhkan modal usaha, memiliki tekat yang kuat untuk berwirausaha,

[7] Peraturan perundang-undangan Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011tentang pengelolaan zakat, Hal 6

[8] **Humas kemenagbkt, *"289 Mustahik Terima Zakat Dari Baznas Bukittinggi"*,(https://bukittinggikota.kemenag.go.id/2024/06/04/289-mustahik-terima-zakat-dari-baznas-bukittinggi/ diakses pada tanggal 22 Agustus pukul 15.43)**

memiliki kepribadian yang baik, dan usaha yang akan mereka lakukan harus halal. Mereka juga harus ingin dibina oleh BAZNAS Bukittinggi. Berikut data jumlah zakat produktif yang disalurkan oleh BAZNAS Kota Bukittinggi.[9]

Tabel 1. 1

Data Jumlah Zakat Produktif yang disalurkan dan Perkembangan Pengelolaan Zakat Produktif oleh BAZNAS Kota Bukittinggi.

Tahun	Jumlah (Rp)	Peningkatan (%)
2018	182.131.000	-
2019	309.661.000	70%
2020	138.115.000	(55,4%)
2021	359.790.943	1,605%
2022	427.370.000	18,8%
2023	581.930.000	36,2%

Sumber: Wawancara peneliti dengaan staf pendistribusian

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa penyaluran dana zakat produktif umumnya mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dapat dilihat pada tahun 2019 mengalami peningkatan dana sebesar 70%, tahun 2020 turun sebesar 55,4%, tahun 2021 naik sebesar 1,605%, tahun 2022 naik lagi sebesar 18,8% dan tahun 2023 mengalami kenaikan lagi sebesar 36,2%. Yang mana artinya, usaha mustahik masih belum berkembang.

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti pada wawancara yang telah dilakukan, diperoleh data pada Januarai hingga November tahun 2024 BAZNAS Kota Bukittinggi menyalurkan zakat produktif kepada 193 orang. Sedangkan pada bulan Januari hingga Desember 2023, BAZNAS Kota Bukittinggi menyalurkan dana zakat produktif sebanyak 583 mustahik, salah

[9] Sadikin, Wawancara, 27 September 2024

satunya mustahik yang berlokasi di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi menerima zakat produktif sebanyak 32 orang. Maka dari itu, peneliti akan melakukan penelitian pada mustahik yang berada di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi. Karena peneliti melihat UMKM yang berada di lokasi tersebut tidak mengalami kemajuan. Berikut data penjualan Mustahik sebelum dan setelah mendapatkan zakat produktif dari BAZNAS Bukittinggi.[10]

Tabel 1. 2

Data penjualan UMKM sebelum dan sesudah menerima zakat produktif

No.	Nama UMKM dan pemiliknya	Dana zakat yang di distribusikan	Pendapatan per bulan, sebelum dan sesudah mendapatkan zakat	
			Sebelum	Sesudah
1	Bengkel tambal ban Simpang Tugu, Bapak Yst Asa Rajo	Bangunan	Rp. 900.000	Rp. 900.000
2	Sarapan pagi 2 putri, Ibuk Netti	Etalase kaca dan pinjaman modal usaha	Rp. 1.200.000	Rp. 2.000.000
3	Gorengan Sakila, Bapak Willy	Etalase kaca	Rp. 1.500.000	Rp. 2.700.000

Sumber: Wawancara Peneliti dengan Informan

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa tidak semua usaha mustahik mengalami kemajuan dalam pengembangannya. Usaha sarapan pagi 2 putri dan gorengan sakila mengalami peningkatan karena mereka mengikuti program yang dijalankan oleh BAZNAS sekali sebulan yaitu bantuan pembinaan kewirausahaan. sedangkan bengkel tambal ban simpang tugu

[10] Yst asa rajo, Netti, Willy, *Wawancara*, 31 Agustus 2024

tidak mengikuti program yang telah disediakan oleh BAZNAS, dan juga usaha tersebut tidak dilengkapi dengan nama brand sendiri.

Berdasarkan kenyataan yang ada dilapangan, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang "Strategi Pengembangan Usaha Mustahik Penerima Zakat Produktif di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan fakta yang terjadi di lapangan, maka peneliti dapat mengidentifikasikan adanya permasalahan sebagai berikut :

1. Kurangnya pengawasan berkelanjutan dari pihak BAZNAS terhadap usaha mustahik.
2. Mustahik kurang memahami cara untuk mengembangkan usahanya.
3. Terdapatnya usaha mustahik yang tidak berkembang.

C. Batasan Masalah

Penelitian ini hanya berfokus pada strategi pengembangan usaha Mustahik setelah menerima zakat produktif dari BAZNAS kota Bukittinggi, sehingga penelitian ini mencapai hal yang di harapkan

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini, yaitu: Bagaimana strategi pengembangan usaha Mustahik penerima zakat produktif di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi ?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian yaitu untuk menyusun strategi pengembangan usaha mustahik penerima zakat produktif pada BAZNAS Kota Bukittinggi.

Manfaat dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis, diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat akademis:
   a. Penelitian ini memiliki potensi untuk melatih kemampuan berpikir ilmiah dan memperluas pengetahuan untuk program Sarjana Strata (S1). Selain itu, dapat meningkatkan pengetahuan, pengalaman, dan wawasan peneliti sebagai kumpulan ide dari berbagai bidang ilmu pengetahuan, khususnya zakat produktif dalam upaya meningkatkan kualitas hidup manusia.
   b. Sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Ekonomi pada FEBI UIN Bukittinggi.
2. Manfaat praktis:

   Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi tambahan untuk penelitian tambahan yang ingin mengetahui bagaimana dana zakat akan didistribusikan. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan juga masukan bagi BAZNAS Bukittinggi dan juga mustahik, sehingga peran dana zakat produktif yang tidak tepat menjadi tepat sasaran.

F. Penjelasan Judul

Untuk membuat skripsi lebih mudah dipahami, diperlukan uraian tentang makna beberapa istilah yang terkait dengannya. Tujuan dari uraian ini adalah untuk mencegah pembaca salah memahami makna judul dari istilah yang digunakan serta untuk menunjukkan pokok masalah yang akan dibahas. Berikut penjelasannya :

Strategi	:Strategi adalah rencana atau pendekatan yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara efektif dan efisien. Strategi melibatkan proses pengambilan keputusan yang mencakup analisis situasi, identifikasi tujuan, perencanaan langkah-langkah, serta evaluasi hasil.
Pengembangan Usaha	:Pengembangan usaha adalah proses yang bertujuan untuk menciptakan nilai dan memperluas kapasitas bisnis untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang.[11]
Mustahik	**:**Mustahik adalah mereka yang berhak menerima zakat, juga dikenal sebagai sasaran zakat.[12]
Zakat Produktif	**:**Zakat produktif merupakan zakat yang diberikan kepada mustahik agar dapat dikelola menjadi

[11] Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2009), hal. 50

[12] Fasiha, *Zakat Produktif Alternatif Sistem Pengendalian Kemiskinan*, (Palopo: Laskar Perubahan, 2017) hal. 36

sesuatu hal yang bersifat produktif, menghasilkan dan berjangka panjang .[13]

Jadi, dapat disimpulkan bahwa Strategi Pengembangan Usaha Mustaḥik penerima Zakat Produktif di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi merupakan langkah-langkah sistematis yang dirancang untuk meningkatkan kemampuan mustahik penerima zakat produktif di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi dalam menjalankan usaha sehingga mereka dapat mencapai kemandirian ekonomi, dan juga usahanya berkembang dan omsetnya meningkat.

[13] Fathan Budiman, *Zakat Produktif Pengelolaan Dan Pemberdayaan Bagi Umat*, (Yogyakarta: Griya Larasati,2020), hal. 60

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

1. Pengertian UMKM

Definisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menurut Undang-Undang Nomor 20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah sebagai berikut:

a) Usaha mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria yang diatur dalam Undang-Undang ini.

b) Usaha mikro juga disebut sebagai usaha ekonomi produktif berdiri sendiri yang dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar dan memenuhi kriteria usaha kecil yang dimaksud dalam Undang-Undang. Contoh usaha kecil termasuk pemilik tanah dengan tenaga kerja sendiri; pedagang di pasar grosir (agen) dan pedagang pengumpul lainnya; pengrajin makanan dan minuman, meubel dan rotan, alat rumah tangga, pakaian dan kerajinan tangan; peternakan ayam, itik, dan perikanan; dan koperasi berskala kecil.

c) Sebagaimana didefinisikan dalam Undang-Undang ini, usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan

atau cabang perusahaan, yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik secara langsung maupun tidak langsung dari usaha kecil atau usaha besar, dan memiliki kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sendiri.[14]

Tabel 2. 1

Jenis Usaha Sesuai Kriteria Aset dan Omset

No.	Uraian	Aset	Omset
1	Usaha Mikro	Maks. 50 juta	Maks. 300 juta
2	Usaha Kecil	>50 juta sampai 500 juta	>300 juta sampai 2,5 milyar
3	Usaha Menengah	>500 juta sampai 10 milyar	>2,5 milyar sampai 50 milyar

Sumber: UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Usaha mikro adalah jenis usaha atau bisnis skala kecil yang biasanya dijalankan oleh individu atau keluarga dengan jumlah karyawan yang terbatas, umumnya kurang dari 10 orang. Usaha mikro sering kali memiliki modal dan omzet yang relatif kecil. Usaha ini berperan penting dalam perekonomian, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan mendukung pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal. Contoh usaha mikro termasuk warung kecil, penjahit rumahan, atau usaha makanan kaki lima.

Usaha kecil adalah jenis usaha yang berada di atas usaha mikro dalam hal skala dan kapasitasnya, tetapi masih dalam kategori usaha skala kecil. Usaha kecil biasanya memiliki jumlah karyawan antara 10 hingga 50 orang dan memiliki modal serta omzet yang lebih besar dibandingkan usaha mikro. Usaha kecil dapat mencakup berbagai sektor, seperti

[14] Republik Indonesia, Undang Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.Jakarta : Kementrian Hukum dan HAM

perdagangan, industri kecil, atau jasa, dan sering kali memiliki struktur organisasi yang lebih formal. Contoh usaha kecil termasuk toko ritel, restoran kecil, atau pabrik kerajinan dengan produksi terbatas. Usaha kecil memainkan peran penting dalam ekonomi dengan memberikan kontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja dan distribusi pendapatan.

Usaha menengah adalah jenis usaha yang berada di antara usaha kecil dan usaha besar, dengan skala operasi, jumlah karyawan, dan tingkat omzet yang lebih besar dibandingkan usaha kecil. Biasanya, usaha menengah memiliki jumlah karyawan antara 50 hingga 250 orang, dengan modal dan omzet yang cukup signifikan. Usaha menengah sering kali memiliki struktur manajemen yang lebih kompleks dan dapat beroperasi di berbagai sektor, termasuk manufaktur, perdagangan, jasa, dan teknologi. Contoh usaha menengah mungkin termasuk pabrik dengan produksi yang cukup besar, perusahaan teknologi yang sedang berkembang, atau jaringan ritel dengan beberapa cabang. Usaha menengah berperan penting dalam perekonomian dengan memberikan kontribusi besar terhadap inovasi, pertumbuhan ekonomi, dan penciptaan lapangan kerja.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kegiatan bisnis yang dijalankan oleh individu atau kelompok dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan mereka.

2. Karakterirtik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Karakteristik usaha kecil yaitu struktur bisnis yang sederhana, staf yang tidak memadai, pembagian tugas yang tidak teratur, hierarki manajer

yang kecil, aktifitas yang cenderung informal, dan sedikit atau tidak ada pelatihan bagi karyawan dan manajer. Usaha kecil juga tidak menggunakan sistem akuntansi yang baku.[15]. Namun demikian, usaha kecil umumnya memiliki beberapa ciri:

a) Sistem pembukuan relatif sederhana dan seringkali tidak memenuhi standar administrasi pembukuan. Ada saat-saat ketika pembukuan tidak diupdate, yang membuat sulit untuk mengevaluasi seberapa baik upaya tersebut berjalan.
b) Karena persaingan yang sangat tinggi, margin usaha cenderung tipis.
c) Keterbatasan modal
d) Kurang pengalaman manajerial dalam mengelola perusahaan
e) Skala ekonomi yang terlalu kecil, sehingga sulit mengharapkan untuk menekan biaya mencapai titik efisiensi jangka panjang
f) Keterbatasan dalam pemasaran, negosiasi, dan diversifikasi pasar
g) Keterbatasan dalam memperoleh dana dari pasar modal rendah karena sistem administrasinya terbatas. Menurut definisi ini, usaha kecil adalah bisnis yang dijalankan secara mandiri.

3. Prinsip-Prinsip UMKM

Menurut BAB II Pasal 4 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, Prinsip Pemberdayaan UMKM adalah sebagai berikut:[16]

a) Penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan UMKM untuk berkarya dengan prakarsasendiri

[15] Dikdik Harjadi dan Dewi Fatmasari, *Pengantar Bisnis,* (Kuningan: UNIKU Press, 2015), hal. 30
[16] Latifah Hanim, *UMKM dan Bentuk-Bentuk Usaha*, (Semarang: Unissula Press, 2018) hal. 26

b) Mewujudkan kebijakan publik yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan.

c) Pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi UMKM.

d) Peningkatan daya saing UMKM.

e) Penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu.

4. Kekuatan dan kelemahan UMKM

UMKM memiliki kekuatan potensi penting yang akan menjadi dasar pengembangan pada masa yang akan datang, yaitu:

a) Peran industri kecil dalam penyerapan tenaga kerja harus dipertimbangkan

b) Sumber wirausaha baru dari keberadaan usaha kecil dan menengah selama ini dapat menunjukkan tumbuh kembangnya wirausaha baru

c) Memiliki segmen usaha pasar yang unik, yang memungkinkan manajemen sederhana dan fleksibel untuk mengantisipasi perubahan pasar

d) Memanfaatkan sumber daya yang tersedia untuk industri kecil dan menengah

Ada dua faktor yang terdiri dari kelemahan, yang sering menjadi penghambat sekaligus masalah bagi usaha mikro, adalah sebagai berikut:

1. Faktor Internal

a) Kemampuan sumber daya manusia yang terbatas

b) Kendala dalam pemasaran produk, karena sebagian besar pengusaha Industri Kecil hanya berfokus pada aspek produksi sedangkan fungsi pemasaran kurang mampu mengaksesnya

c) Kesulitan dalam mendapatkan kepercayaan konsumen. Karena konsumen lebih cendrung kepada usaha besar atau usaha yang sudah terkenal. Sehingga, sulit bagi usaha kecil agar konsumen mempercayai kualitas produk yang dihasilkan.

d) Umumnya, usaha kecil diawali dengan modal sendiri yang mana relatif kecil.

2. Faktor eksternal, adalah masalah yang dihadapi oleh pengembang dan pembina UMKM. Misalnya, solusi yang tidak tepat sasaran dan kurangnya program dan pengawasan yang saling tumpang tindih.[17]

5. Upaya Pengembangan UMKM

Membangun UMKM pada dasarnya adalah tugas bersama pemerintah dan masyarakat. Berdasarkan hasil analisis SWOT sebelumnya, langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mengembangkan UMKM di masa depan adalah :[18]

a) Menciptakan Iklim Usaha yang Kondusif: Pemerintah harus berusaha untuk menciptakan iklim usaha yang kondusif, antara lain dengan menjaga keamanan dan stabilitas di tempat usaha, menyederhanakan proses perijinan usaha, mengurangi pajak, dan sebagainya.

[17] Dikdik Harjadi dan Dewi Fatmasari, *Pengantar Bisnis,* (Kuningan: UNIKU Press, 2015), hal. 32
[18] Latifah Hanim, *UMKM dan Bentuk-Bentuk Usaha*, (Semarang: Unissula Press, 2018) hal. 73

b) Untuk mendukung peningkatan modal UMKM, Bantuan Permodalan Pemerintah harus memperluas skema kredit khusus dengan syarat yang tidak memberatkan bagi UMKM. Ini harus mencakup sektor jasa finansial formal dan informal, serta skema penjaminan, leasing, dan dana modal ventura.

c) Perlindungan Usaha: Usaha tertentu, terutama usaha tradisional yang berasal dari golongan ekonomi lemah, harus dilindungi oleh pemerintah melalui peraturan dan undang-undang yang berorientasi pada kepentingan bersama.

d) Pengembangan Kemitraan: Untuk mencegah monopoli dalam usaha, perlu dikembangkan kemitraan yang saling membantu antara UMKM atau antara UMKM dengan pengusaha besar di dalam dan di luar negeri. Selain itu, untuk mengelola bisnis dengan lebih baik dan memperluas pangsa pasar. Oleh karena itu, UMKM akan memiliki kekuatan untuk bersaing dengan perusahaan lain, baik di dalam maupun di luar negeri.

e) UMKM harus diberi pelatihan yang lebih baik oleh pemerintah dalam hal kewiraswastaan, manajemen, administrasi, dan pengetahuan dan keterampilan untuk mengembangkan usahanya.

f) Memperkuat Asosiasi: Asosiasi yang sudah ada harus diperkuat untuk meningkatkan peran mereka, seperti membangun jaringan informasi bisnis, yang sangat penting bagi kemajuan bisnis anggotanya.

g) Membangun pusat bisnis lokal. Media khusus diperlukan untuk mempromosikan produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM untuk mempercepat proses kemitraan antara UMKM dan usaha besar. Perlu juga membangun sentra usaha yang bertanggung jawab untuk mengatur semua kegiatan yang berkaitan dengan upaya penumbuh kembangan UMKM di tingkat daerah atau wilayah. Selain itu, pertemuan yang diperlukan antara asosiasi dan mitra usahanya untuk pengembangan UMKM di Indonesia belum terlaksana secara optimal karena berbagai kendala.[19]

B. Zakat Produktif

1. Pengertian Zakat Produktif

Zakat produktif adalah zakat yang diberikan kepada fakir miskin dalam bentuk modal usaha atau yang lainnya untuk digunakan dalam usaha produktif yang akan meningkatkan taraf hidup mereka. Tujuan dari zakat ini adalah agar mustahik dapat menjadi muzakki jika mereka dapat menggunakan harta zakat tersebut untuk usahanya. Hal ini juga pernah dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW, beliau memberikan zakat kepada sahabatnya untuk mereka berbisnis.:[20]

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa zakat produktif adalah pendayagunaan zakat secara produktif. Dalam pengertian yang

[19] Marsuki, *Pemikiran Dan Strategi Memberdayakan Sektor ekonomi UMKM Di Indonesia*, (Jakarta: Mitra Wacana Media. ,2006) hal. 21
[20] Nurnasrina, P. Adiyes Putra, *Kegiatan Usaha Bank Syariah,* (yogyakarta: Kalimedia, 2017), hal. 209.

lebih luas, ini berarti menyampaikan zakat kepada sasaran dengan cara yang lebih luas, sesuai dengan ruh dan tujuan syara'. Zakat produktif juga dimaksudkan untuk membantu mustaḥik menghilangkan sifat bermalas-malasan dengan memberikan mereka sarana untuk berusaha dan bekerja lebih keras untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka tanpa menunggu bantuan dari orang lain. Oleh karena itu, dengan adanya pemberian zakat produktif ini diharapkan kepada para Mustahik yang menerima bantuan agar dapat bekerja lebih telaten, sehingga kelak dapat menjadi muzzaki di kemudian harinya.

2. Dasar Hukum Zakat Produktif

Zakat hukumnya fardhu'ain, artinya wajib bagi setiap muslim yang memenuhi persyaratan Al-Qur'an dan Hadist. Zakat memiliki kemampuan untuk membersihkan dan mensucikan diri seseorang dan harta yang dizakatinya. Ada beberapa ayat dalam Al-Qur'an yang menjelaskan tentang zakat, diantaranya dalam Al-Qur'an Surat At-Taubah ayat 103:

خُذۡ مِنۡ أَمۡوَٰلِهِمۡ صَدَقَةٗ تُطَهِّرُهُمۡ وَتُزَكِّيهِم بِهَا وَصَلِّ عَلَيۡهِمۡۖ إِنَّ صَلَوٰتَكَ سَكَنٞ لَّهُمۡۗ وَٱللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: *"Ambillah zakat sebagian dari harta mereka, untuk membersihkan dan mensucikan mereka, dan berdo'alah untuk mereka, sesungguhnya do'amu memberikan ketenangan jiwa bagi mereka. Allah maha mendengar lagi maha mengetahui*". (Qs. At-taubah,103)

Dalam Al-Qur'an Surat Al-An'am Ayat 141

وَهُوَ ٱلَّذِىٓ أَنشَأَ جَنَّٰتٍ مَّعۡرُوشَٰتٍ وَغَيۡرَ مَعۡرُوشَٰتٍ وَٱلنَّخۡلَ وَٱلزَّرۡعَ مُخۡتَلِفًا أُكُلُهُۥ وَٱلزَّيۡتُونَ وَٱلرُّمَّانَ مُتَشَٰبِهًا وَغَيۡرَ مُتَشَٰبِهٍۚ كُلُواْ مِن ثَمَرِهِۦٓ إِذَآ أَثۡمَرَ وَءَاتُواْ حَقَّهُۥ يَوۡمَ حَصَادِهِۦۖ وَلَا تُسۡرِفُوٓاْۚ إِنَّهُۥ لَا يُحِبُّ ٱلۡمُسۡرِفِينَ

Artinya: *"Dan dialah yang menjadikan kebun-kebun yang berjunjung dan tidak yang tidak berjunjung, pohon kurma, tanaman-tanaman yang bermacam-macam buahnya, zaitun dan delima yang serupa (bentuk dan warnanya), dan tidak sama (rasanya). Makanlah dari buahnya (yang bermacam-macam itu) bila dia berubah, dan tunaikanlah haknya dihari memetik hasilnya (dengan dikeruarkan zakatnya); dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah SWT tidak menyukai orang-orang yang berlebihan".*[21] (Qs. Al-An'am: 141)

Ayat di atas menunjukkan bahwa zakat dapat menghilangkan sifat kikir dan cinta yang berlebihan terhadap harta benda. kemudian mendorong mereka untuk menjadi dermawan kepada orang lain. Zakat diharapkan tidak hanya mampu mencegah penghalang pertumbuhan perekonomian umat, tetapi juga mampu mendorong kemajuan ekonomi dan meningkatkan produktifitas masyarakat

3. Sejarah Zakat Produktif

Studi sejarah telah menunjukkan bahwa zakat tidak hanya digunakan secara konsumtif tetapi juga dapat digunakan secara produktif.

[21] Departemen Agama RI, "Al-Quran dan Terjemahnya", (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2000)

Salah satu bukti yang relevan adalah fakta bahwa Rasulullah Saw tidak memberikan pembayaran resmi kepada para pemungut zakat. Kedua, kebijakan Abu Bakar As-Siddiq yang melarang harta negara, termasuk dana zakat, disimpan terlalu lama. Ketiga, budak dan kuda dikenakan zakat selama masa gubernur syariah. Keempat, Khalifah Ali bin Abi Thalib mengumpulkan zakat dari sayuran segar yang dimasak.

4. Syarat dan Rukun Zakat Produktif

Zakat diwajibkan kepada orang-orang yang bebas bertindak, mandiri dan tidak seorang budak sahaya. Hal tersebut merupakan persyaratan wajib bagi seorang muzaki. Kedua, menurut Islam, Ijma' tidak wajib bagi orang kafir karena zakat itu adalah ibadah suci Mahdah, dan orang kafir bukan orang suci. Ketiga, orang gila dan baligh tidak wajib berzakat atas harta mereka karena keduanya tidak termasuk dalam ketentuan orang yang wajib melakukan ibadah seperti sholat dan puasa. Keempat, harta yang dikeluarkan adalah harta yang wajib dizakati karena dimaksudkan untuk berkembang dan produktif karena salah satu makna zakat adalah berkembang dan produktifitas yang dihasilkan dari barang yang produktif. Kelima, harta yang dizakati telah mencapai nisab atau senilai dengannya. Keenam, harta yang dizakati adalah milik penuh. Ketujuh, kepemilikan harta telah mencapai satu tahun atau sampai waktu

yang diperlukan untuk mengeluarkan zakat missal selama masa panen. Terakhir, harta tersebut bukan hasil hutang.[22]

5. Macam-macam Zakat Produktif

Ada dua jenis zakat produktif yaitu tradisional dan kreatif. Keduanya dimaksudkan untuk memberikan kehidupan yang layak bagi fakir miskin dan memungkinkan mereka untuk memenuhi kebutuhan mereka

a) Zakat produktif tradisional diberikan dalam bentuk barang modal, seperti kambing, sapi, mesin jahit, alat ganti, dll. Ini dapat mendorong orang untuk mendirikan bisnis atau memberikan pekerjaan kepada orang miskin.
b) Zakat produktif kreatif mengacu pada semua pendayagunaan zakat yang menghasilkan modal yang dapat digunakan untuk membangun proyek sosial atau membantu pedagang atau pengusaha kecil menambah modal mereka.

Dari pembagian jenis zakat produktif, diharapkan bahwa arah dan kebijaksanaan pengelolaan zakat produktif dapat berhasil mencapai sasaran yang dituju. Adapun maksud arah dan kebijaksanaan pengelolaan zakat adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan usaha pemerintah atau pengelola untuk memanfaatkan hasil pengumpulan zakat kepada sasaran

[22] Muhammad Daud Ali, Sistem Ekonomi Islam; *Zakat dan Wakaf*,"(Jakarta: Universitas Indonesia, 1988), hal. 41

dalam pengertian yang lebih luas sesuai dengan cita-cita dan rasa syara', secara tepat guna, dan efektif dengan sistem.

Beberapa ulama dan ilmuwan kontemporer telah mencoba memahami pendayagunaan zakat dari sudut pandang yang lebih luas, yang mencakup aspek edukasi, produktivitas, dan ekonomi. Pengendalian dan penyaluran zakat untuk orang miskin di zaman sekarang harus mencakup pembangunan prasarana dan sarana pertanian sebagai tumpuan kesejahteraan ekonomi rakyat, pengoperasian sentra-sentra pendidikan keterampilan dan kejuruan untuk mengatasi pengangguran, penyediaan modal usaha kepada mustahik untuk memulai usaha, jaminan hidup bagi orang-orang cacat, yatim piatu, yatim piatu, dan orang-orang yang tidak punya pekerjaan, dan pengadaan barang dan jasa untuk orang-orang miskin.

6. Manfaat Zakat Produktif

Zakat memiliki banyak manfaat, seperti berikut:[23]

a) Mensyukuri karunia Tuhan, membersihkan diri dari dosa, membersihkan jiwa yang kotor, menumbuhkan harta dan pahala, dan membersihkan diri dari sifat kikir, loba, iri, dan dengki.
b) Melindungi masyarakat dari bahaya kemiskinan.
c) Menciptakan keseimbangan antara tanggung jawab individu dan penyaluran harta dalam masyarakat.

[23] Muhammad Daud Ali, Sistem Ekonomi Islam Zakat dan Wakaf, (Jakarta: UII Press, 1988), hal.41

d) Menghindari kesenjangan sosial terhadap mereka yang kurang mampu.

e) Menumbuhkan rasa saling tolong menolong diantara yang memiliki harta berlebih dengan mereka yang membutuhkan harta.

7. Pengelolaan Zakat Produktif

Pengelolaan zakat produktif berarti merencanakan, mengatur, dan menerapkan. Pengorganisasian pengumpulan, distribusi, dan pendayagunaan zakat untuk mencapai tujuan yang diinginkan.[24] Model pendistribusian zakat yang disebut pengelolaan zakat produktif memungkinkan mustahik menghasilkan uang secara konsisten dengan dana yang mereka terima.[25] Pengelolaan zakat produktif memungkinkan dana yang diberikan kepada mustahik disimpan dan digunakan untuk membantu usahanya.[26]

Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia nomor 38 tahun 1999 yang dirubah menjadi Undang-undang Republik Indonesia nomor 23 tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, maka yang dimaksud pengelolaan zakat adalah kegiatan yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap pendistribusian serta

[24] Fitri Maltuf, *" Pengelolaan Zakat Produktif Sebagai Instrumen Peningkatan Kesejateraan Umat"*, Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 8, No. 1, 2017
[25] Ahmad Thoharul Anwar, "*Zakat Produktif Untuk Pemberdayaan Ekonomi Umat*", Jurnal Zizwaf, Vol. 5, No.1, 2017
[26] Johan Wahyu," *Distribusi Zakat Produktif untuk Pengembangan Ekonomi"*, Jurnal Ekonomi Syari'ah, Vol. 2, No. 2, Agustus 2019

pendayagunaan zakat. [27] Oleh karena itu, untuk optimalisasi pendayagunaan zakat diperlukan pengelolaan zakat oleh lembaga amil zakat yang profesional dan mampu mengelola zakat secara tepat sasaran.[28] Dalam Bab II pasal 5 UU No. 38 tahun 1999 tersebut dikemukan bahwa pengelolaan zakat bertujuan untuk :

a) Meningkatkan pelayanan bagi masyarakat dalam menunaikan zakat sesuai dengan tuntunan agama.
b) Meningkatkan fungsi dan peranan pranata keagamaan dalam upaya mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan keadilan social.
c) Meningkatkan hasil guna dan daya guna zakat.

Prosedur pengelolaan zakat produktif adalah sebagai berikut :

a) Perencanaan

Perencanaan adalah persiapan tindakan untuk mencapai tujuan.[29] Perencanaan memerlukan kemahiran melakukan perencanaan, yang dapat diperoleh melalui pengalaman atau latihan. Perencanaan yang lebih baik meningkatkan kemahiran yang diperlukan untuk menilai, menganalisis, dan memilih alternatif pilihan yang tepat.Perencanaan pengelolaan zakat produktif mencakup beberapa langkah, seperti:

1) Menentukan tujuan yang akan dicapai;

[27] Ahmad Dakhoir, *Hukum Zakat Pengaturan dan Intregitas kelembagaan Pngelolaan Zakat dengan Fungsi Lembaga Perbankan*, (Surabaya: Aswaja Pressindo, 2015), h. 28.
[28] Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2009), hal.. 428.
[29] Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwi*l, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013), hal. 114.

2) Mengumpulkan data dan informasi secara menyeluruh untuk mengetahui langkah-langkah aktifitas apa yang penting dan yang mempengaruhi pelaksanaan rencana.
3) Melakukan penelitian ulang terhadap data informasi untuk memastikan bahwa semuanya lengkap dan relevan dengan tujuan perencanaan.
4) Membuat sejumlah rencana alternatif dan menetapkan tujuan untuk setiap alternatif, serta melakukan evaluasi penyelesaian.
5) Urgensi, ketersediaan fasilitas, dan biaya digunakan untuk menilai setiap langkah yang akan dilakukannya.
6) Membuat persiapan untuk evaluasi dan pengawasan pelaksanaannya.

b) Pengorganisasian

Pengorganisasian adalah fungsi manajemen yang menggabungkan sumber daya manusia dan bahan melalui struktur formal dari tugas dan kewenangan. [30] Pengelolaan dan kepengurusan zakat dikembangkan secara sistematis dan efisien berdasarkan beberapa prinsip pengorganisasian, di antaranya adalah sebagai berikut:[31]

1) Pelaksanaan adalah pegawai multimeter dengan tenaga profesional untuk menangani pengelola zakat dengan mempedulikan mereka dengan baik dan dengan cara yang tepat.

[30] Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hal. 75.
[31] Hartono Widodo, *Teten Kustiawan, Akuntansi dan Manajemen Keuangan Untuk Organisasi Pengelolaan Zakat*, (Bandung: Asy Syamil Press Grafika, 2001), hal. 366.

2) Implementasi kebijaksanaan dalam program pendayagunaan zakat untuk mendukung pembangunan masyarakat sejahtera dengan lebih efisien dan produktif.
3) Studi dan pengembangan potensi zakat, infak, dan sedekah, serta masalah pengumpulan dan pendayagunaannya.
4) Mengajarkan orang-orang untuk melakukan zakat secara teratur dan konsisten, baik melalui pengajuan maupun kegiatan.

c) Pelaksanaan

Salah satu fungsi penggerak adalah pelaksanaan. Setelah pengorganisasian, langkah berikutnya adalah pelaksanaan, yang merupakan aktivitas di luar kerangka acuan yang telah ditentukan dari awal. Dua di antaranya terlibat dalam pelaksanaan pengelolaan zakat:

1) Penghimpunan Dana Panduan untuk pengumpulan dana, yang mencakup informasi tentang jenis dana serta cara dana diterima. Untuk menerima dana, organisasi pengelolaan zakat harus menetapkan jenis dana apa yang akan diterima. Setiap jenis dana memiliki karakteristiknya sendiri dan memiliki konsekuensi pembatasan tertentu yang harus dipenuhi oleh organisasi pengelolaan zakat.
2) Penyaluran Dana Peraturan yang lebih ketat diperlukan untuk penyaluran dana daripada penghimpunan dana. Ini mencakup persyaratan untuk penerimaan dana, bagaimana pengeluaran dilakukan, dan tanggung jawab.

d) Pengawasan

Pengawasan adalah tahap terakhir dari proses manajemen yang sangat penting untuk menentukan seberapa baik suatu rencana dilaksanakan. Sebelum proses, saat proses, dan setelah proses dilakukan pengawasan untuk memastikan hasil akhir. Jadi, dapat dipahami bahwa sistem manajemen adalah langkah-langkah dalam pengelolaan zakat. Sistem manajemen mencakup perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan, yang berarti penghimpunan dan penyaluran dana serta pengawasan

Jadi, pengelolaan zakat produktif adalah jenis pengelolaan yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan. Nanti, sistem pengumpulan, distribusi, dan pemanfaatan zakat akan dikembangkan dan digunakan untuk membantu usaha mustahik agar mereka dapat memenuhi kebutuhan hidup mereka secara konsisten.

8. Pendistribusian Zakat Produktif

Dua komponen utama yang sangat penting dalam pelaksanaan zakat adalah Muzakki dan Mustahik. Muzakki adalah seorang muslim atau lembaga muslim yang memiliki harta dan diwajibkan untuk membayar zakat tanpa batas. Sedangkan Mustahik adalah orang yang berhak menerima zakat.18. Dalam Al-Qur'an, dijelaskan bahwa zakat hanya boleh diberikan kepada delapan ashnaf atau delapan kelompok individu, sesuai dengan Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat At-taubah Ayat 60:

إِنَّمَا ٱلصَّدَقَٰتُ لِلۡفُقَرَآءِ وَٱلۡمَسَٰكِينِ وَٱلۡعَٰمِلِينَ عَلَيۡهَا وَٱلۡمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمۡ وَفِي ٱلرِّقَابِ وَٱلۡغَٰرِمِينَ وَفِي سَبِيلِ ٱللَّهِ وَٱبۡنِ ٱلسَّبِيلِۖ فَرِيضَةٗ مِّنَ ٱللَّهِۗ وَٱللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٞ

Artinya : *"Sesungguhnya shadaqah (zakat) itu adalah untuk para fuqaha, orang-orang miskin, untuk para amil, untuk orang yang dijinaki hati, mereka untuk memerdekakan hamba, untuk orang-orang yang dijerat hutang, untuk kepentingan sabilillah, dan untuk ibnu sabil. Itu adalah merupakan kewajiban dari Allah. Sesungguhnya, Allah maha Mengetahui dan Maha Bijaksana".* (QS. At-Taubah: 60)

Ada delapan ashnaf yang berhak menerima zakat menurut ayat di atas yaitu orang fakir, miskin, muallaf, amil, hamba sahaya, gharimin, fisabilillah, dan ibnu sabil.

a. Orang fakir adalah orang yang sama sekali tidak memiliki harta dan tidak mampu memenuhi kebutuhan dasar hidupnya.
b. Orang miskin adalah orang yang memiliki harta atau mampu bekerja, tetapi penghasilannya tidak mencukupi untuk memenuhi kebutuhan dasar hidupnya.
c. Mu'allaf adalah orang yang baru saja memeluk agama Islam
d. Orang yang tidak memiliki harta adalah orang yang tidak memiliki harta.
e. Riqob, atau Hamba Sahaya, adalah seorang budak yang ingin melepaskan diri dari tuannya. Zakat yang tidak berasal dari tuannya boleh diberikan kepada kelompok ini. Al-Qur'an menyatakan bahwa

menghapus belenggu perbudakan tidak mudah dan tidak dapat dicapai dalam waktu singkat.

f. Gharimin adalah orang yang memiliki banyak hutang karena kebutuhan yang halal dan tidak sanggup membayarnya.
g. Fisabilillah adalah orang yang berjalan menuju jalan Allah, seperti orang yang berjihad, berdakwah, dan lain-lain.
h. Ibnu sabil adalah orang yang dalam perjalanan jauh untuk ibadah dan kehabisan bekal.[32]Dalam hal rahasia mementingkan Ibnusabil dalam Al-Qur'an, agama Islam selalu mendorong orang untuk bepergian dan menganjurkan perjalanan, dengan beberapa alasan: Perjalanan yang dianjurkan oleh agama untuk mencari rezeki, mencari ilmu, berperang di jalan Allah, dan melakukan ibadah yang tinggi dan istimewa.

C. Kajian Terdahulu

Dalam bagian ini, penelitian sebelumnya tentang topik jurnal dibahas. Peneliti mengemukakan dan menunjukkan dengan jelas bahwa masalah yang akan diteliti belum pernah diteliti sebelumnya. Oleh karena itu, sebelum memulai penelitian ini, penting untuk meninjau hasil penelitian sebelumnya untuk menentukan posisi penelitian.Jadi, selama penelitian, dapat diketahui hala-hal yang membedakan penelitian satu dengan yang lainnya.[33]

[32] Andi Siryadi, *Mustahik Dan Harta Yang Wajib Dizakati Menurut Kajian Para Ulama*, Jurnal Keislaman, Vol. 19, No. 1, Januari-juli 2018
[33] Zuhairi, et.al, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, Edisi Revisi, (Jakarta: Rajawali Press, 2010), hal. 25

Tabel 2. 2

Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Tahun	Judul	Hasil Temuan
1	Devi Kumalasari	2022	Pengembangan UMKM untuk meningkatkan penghasilan melalui digital marketing di Dusun Karangnongko Desa Sumberagung Kecamatan Plosoklaten Kediri	Mengembangkan produk UMKM melalui digital marketing dapat mencapai jangkauan pemasaran yang lebih luas serta membantu meningkatkan penjualan dalam pemanfaatan marketplace.
2	Reza Tipani, Zeby Melani Afriyanti, Lia Susanti, Puput Syakila, Jhodi Adi Sihamat, Delvi Lavania, dan Desy Yuliana Dalimunthe	2023	Pendampingan pembuatan nomor induk berusaha untuk pengembangan UMKM melalui Online Singlet Submission (OSS) di Kelurahan Surya Timur, Kabupaten Bangka	Pembuatan NIB dapat membantu pelaku UMKM dalam mengembangkan produknya, karena dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan mitra usaha terhadap produk serta meningkatkan kepercayaan diri pelaku UMKM agar lebih kompetitif dalam mengembangkan produk usaha maupun jenis usahanya yang dijalankan.

3	Shifa Fadhillah Azzahra, Erwanda Praja Yusup, Sobrul Laeli dan Yusuf Safari	2023	Pengembangan UMKM Zema Moring melalui inovasi produk dan pemasaran online	Pengembangan produk UMKM melalui inovasi produk dapat meningkatkan penjualan dari segi penambahan varian rasa baru serta pelaku UMKM sendiri dapat mempertahankan brand image produknya dari segi pembaharuan kemasan.
4	Nabiil Salasa Ramadan, Niki Ayu Purwanti, Siti Maysaroh dan Nurbaiti	2022	Usaha pengembangan UMKM melalui e-commerce	Pengembangan produk UMKM melalui *e-commerce* dapat memudahkan para pelaku UMKM dalam mendeskripsikan sistem pembelian, penjualan, pentransferan maupunpertukaran barang dan jasa
5	Jefik Zulfikar Hafizd, Ahmad Khoirudin, dan Ahmad Faridz Anwar	2023	Pengaruh Zakat Produktif terhadap Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah dan Keberlanjutan Ekonomi Mustahiq di BAZNAS Kota Cirebon	Zakat produktif dapat memberikan penambahan modal kepada mustaḥik sehingga usahanya dapat berkembang. Serta, BAZNAS memberikan pembinaan kepada usaha mustahik agar usahanya dapat bertahan .

6	Vicky Ramadhan, Deny Setiawan, dan Misdawita Misdawita	2023	Peranan Dana Zakat Produktif Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Mustahik Melalui Program Riau Makmur Pada Baznas Provinsi Riau (Studi Kasus Kota Pekanbaru)	Pembinaan, pendampingan, pemberian sosialisasi, beserta pemberian modal awal secara bersamaan berpengaruh terhadap perkembangan usaha mustahik.
7	Dhofir Catur Bashori	2019	Analisis pengelolaan zakat produktif untuk pemberdayaan masyarakat (studi lapangan pada LAZISMU Kabupaten Jember)	Pemberian zakat produktif yang tepat sasaran dapat mengembangkan usaha mustahik tersebut sehingga mampu menjadikannya sebagai Muzaki di kemudian harinya

Dari beberapa kajian terdahulu yang telah dipaparkan diatas, dapat dibedakan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Peneliti akan menganalisis bagaimana strategi pengembangan usaha mustahik penerima zakat produktif di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi.

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan (field research). Penelitian lapangan adalah jenis penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian yang dipilih untuk menyelidiki gejala objektif yang terjadi di sana.[34] Jenis penelitian lapangan ini adalah penelitian deskriptif, yang berarti penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, meringkas, dan menjelaskan berbagai kondisi, situasi, dan kondisi.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah suatu kajian ilmiah yang bertujuan untuk menemukan suatu fenomena melalui interaksi komunikatif antara peneliti dengan objek yang diteliti. Fenomena tersebut dapat berupa perilaku, persepsi atau tindakan lain, deskriptif dalam bentuk tata bahasa yang menjadi sebuah narasi.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Bukittinggi yang beralamat di Komplek Mutiara Indah, Aur Tajungkang Tengah Sawah, Kec. Guguk Panjang, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat 26138 dan juga di tempat usaha mustahik penerima zakat produktif di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi. Penelitian dilakukan pada bulan September 2024 hingga selesai.

[34] Lexy J. Moeleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007), hal. 3

C. Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang dimaksudkan untuk digunakan dalam penelitian ini adalah subjek yang memiliki informasi yang jelas tentang metode yang digunakan untuk mendapatkan data tersebut. Oleh karena itu, sumber data dibagi menjadi dua jenis.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang diambil langsung dari sumber pertama yang ada di lokasi penelitian.[35] Sumber data primer dikumpulkan oleh peneliti sendiri melalui berbagai metode, yaitu dengan cara wawancara dan dokumentasi. Digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang bagaimana pengelolaan zakat produktif membantu mengembangkan usaha mustahik, menganalisis fenomena secara mendalam serta meningkatkan kredibilitas penelitian atau dianggap lebih valid karena berasal langsung dari sumber asli dan dikumpulkan oleh peneliti sendiri. Sumber-sumber tersebut berasal dari pemilik usaha para Mustahik dan Pengurus BAZNAS Bukittinggi.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah informasi yang dikumpulkan secara tidak langsung oleh peneliti tentang topik penelitian. Diharapkan bahwa sumber data sekunder ini dapat membantu mengungkap data yang diharapkan dengan memberikan informasi

[35] Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam,* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), hal.10

tambahan atau bahan perbandingan. Dalam penelitian ini, sumber data sekunder termasuk estimasi jumlah dana yang dialokasikan untuk zakat produktif dari tahun 2019 sampai 2023 dan presentase perkembangan zakat produktif yang dikelolah oleh Mustahik.[36]

D. Informan Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri, oleh karenanya instrumen pokok dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri, namun juga disertai instrumen pendukung lain yaitu wawancara yang dilakukan kepada pihak Baznas Bukittinggi dan mustahik, serta dokumentasi yang didapatkan dari berbagai sumber.[37]

E. Teknik Pengumpulan Data

Salah satu langkah awal yang harus dilakukan oleh seorang peneliti adalah mengumpulkan data. Pada dasarnya, penelitian adalah mengumpulkan data secara objektif. Untuk mendapatkan data yang diperlukan untuk penelitian ini, peneliti menggunakan:

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengambilan data di mana dua orang bertemu melalui tanya jawab untuk bertukar informasi dan gagasan dan

[36] Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2013),hal. 10

[37] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2019, hal. 282

membuat definisi tentang topik tertentu.[38] Jenis wawancara yang dilakukan oleh peneliti merupakan jenis wawancara terstruktur karena dilakukan untuk memperoleh informasi dari informan. Alasan dilakukannya wawancara terstruktur ini adalah agar pengumpulan data lebih mudah dilakukan oleh peneliti sehingga tidak ada kendala yang muncul selama proses wawancara. Jadi peneliti melakukan proses wawancara dengan pihak BAZNAS Bukittinggi dan juga mustahik.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode yang digunakan sebagai data untuk mengkonfirmasi penelitian yang dilakukan.[39] Dokumentasi yang peneliti buat selama turun ke lapangan yaitu berupa data-data penting yang peneliti dapatkan dari BAZNAS Kota Bukittinggi, catatan hasil wawancara dengan informan, foto untuk dokumentasi dengan informasi selama melakukan wawancara, dan rekaman audio yang diperoleh dari informan.

F. Teknik Analisis Data

Anasilis data yang digunakan untuk menentukan strategi pengembangan usaha mustahik penerima zakat produktif di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh adalah sebagai berikut :

[38] Afifudidin, Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2009),hal. 131

[39] Hardani, dkk, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group, 2020), hal. 149

1. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah alat yang digunakan untuk menentukan strategi organisasi dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang berpengaruh. Metode ini membantu memanfaatkan kekuatan dan peluang serta mengurangi kelemahan dan ancaman dalam bisnis atau proyek. SWOT sudah digunakan sejak lama, bahkan dalam strategi perang, dan berkembang dalam dunia bisnis sejak tahun 1920-an.

Analisis ini bersifat deskriptif dan bisa menghasilkan pandangan berbeda tergantung siapa yang melakukan analisisnya, sehingga lebih memberikan arahan daripada solusi instan. Dalam perencanaan wilayah, SWOT digunakan untuk mengevaluasi kondisi lingkungan dengan melibatkan masyarakat dalam pengambilan keputusan. Karena perubahan eksternal yang cepat, organisasi perlu menerapkan strategi berbasis SWOT agar tetap bisa menyesuaikan diri dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.[40] Analisis SWOT membandingkan faktor eksternal (peluang dan ancaman) dengan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) untuk menentukan strategi terbaik bagi perusahaan.

2. Internal Factor Evaluation dan External Factor Evaluation (IFAS & EFAS)

Faktor internal dicatat dalam tabel IFAS, sedangkan faktor eksternal dicatat dalam tabel EFAS. Setelah semua faktor dimasukkan, hasilnya dianalisis

[40] I Gusti Ngurah Alit Wiswasta, dkk, *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha),*(Denpasar: UNMAS Press,2018) hal. 1

dalam matriks SWOT untuk menyusun strategi yang tepat. Cara menghitung EFAS dimulai dengan mencatat peluang dan ancaman, lalu memberi bobot sesuai tingkat kepentingannya. Setiap faktor kemudian diberi rating berdasarkan pengaruhnya terhadap perusahaan. Bobot dan rating dikalikan untuk mendapatkan skor, lalu dijumlahkan untuk melihat dampak faktor eksternal terhadap strategi bisnis.

Proses yang sama digunakan dalam IFAS, tetapi fokusnya pada kekuatan dan kelemahan internal. Setelah skor dihitung, perusahaan dapat mengetahui bagaimana memanfaatkan kekuatan dan memperbaiki kelemahan agar lebih kompetitif. Dari hasil EFAS dan IFAS, perusahaan bisa memahami posisinya dan menentukan langkah terbaik untuk berkembang. Analisis ini membantu dalam pengambilan keputusan agar lebih terarah dan sesuai dengan kondisi perusahaan.[41] Tabel IFAS (Internal Factor Analysis Summary) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal berdasarkan kekuatan dan kelemahan perusahaan. Adapun langkah-langkah dalam membuat matriks faktor strategi internal adalah sebagai berikut :

1) Identifikasi faktor-faktor yang merupakan kekuatan dan kelemahan perusahaan.
2) Berikan bobot pada setiap faktor dengan skala dari 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (tidak penting), dan pastikan total bobotnya tidak melebihi 1,0.

[41] Dewi Kurniasih, dkk, *Teknik Analisa*,(Bandung: Alfabeta,2021) hal.81

3) Berikan rating dari 1 hingga 4 untuk setiap faktor, yang menunjukkan seberapa besar kelemahan (rating 1), kelemahan kecil (rating 2), kekuatan kecil (rating 3), atau kekuatan besar (rating 4). Rating ini merujuk pada perusahaan, sedangkan bobot merujuk pada industri tempat perusahaan beroperasi.
4) Kalikan bobot dengan rating untuk mendapatkan hasil yang diperlukan.
5) Hitung total skor untuk setiap variabel.
6) Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan dengan perusahaan lain dalam kelompok yang serupa.

Jumlah faktor yang dimasukkan dalam matrik IFAS akan menghasilkan total rata-rata tertimbang antara 1,0 (terendah) hingga 4,0 (tertinggi), dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata di bawah 2,5, itu menunjukkan bahwa perusahaan secara internal lemah, sementara total di atas 2,5 menunjukkan posisi internal yang kuat. Berdasarkan penjelasan di atas, berikut ini adalah tabel matrik IFAS.

Tabel 3. 1

Tabel IFAS (Internal Factor Evaluation

Faktor-faktor strategi Internal	Bobot	Ranting	Skor (Bobot x Ranting)
Kekuatan			
Kelemahan			
Total			

(Sumber: Tri, 2020:29)

Berikut adalah langkah-langkah untuk menentukan faktor strategi eksternal (EFAS):

i. Identifikasi faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.

ii. Tentukan bobot untuk setiap faktor, mulai dari 1,0 (sangat penting) hingga 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor ini kemungkinan memiliki dampak pada faktor strategis, dan jumlah total bobot harus mencapai 1,0.

iii. Berikan rating pada masing-masing faktor dengan skala 4 (sangat baik) hingga 1 (di bawah rata-rata), berdasarkan efektivitas strategi perusahaan dan kondisi perusahaan.

iv. Kalikan bobot dengan rating untuk mendapatkan skor.

v. Jumlahkan semua skor untuk memperoleh total skor perusahaan, yang menunjukkan bagaimana perusahaan merespons faktor eksternal yang ada.

Dalam matrik EFAS, total skor dapat berkisar antara 1,0 (terendah) hingga 4,0 (tertinggi). Skor total 4,0 menunjukkan bahwa perusahaan berhasil merespons peluang dan menghindari ancaman yang ada, sementara skor total 1,0 menandakan bahwa perusahaan tidak memanfaatkan peluang atau gagal menghindari ancaman eksternal.[42]

[42] Tri Legionosuko, dkk, *Analisis Adaptif, Dinamisasi Metode Analisis SWOT*, (Bogor:Universitas Pertahanan,2020) hal.29

Tabel 3. 2

Tabel EFAS (External Factor Evaluation

Faktor-faktor strategi Eksternal	Bobot	Ranting	Skor (Bobot x Ranting)
Peluang			
Ancaman			
Total			

(Sumber: Tri, 2020:29)

3. Matrik SWOT

Matriks SWOT digunakan untuk merumuskan faktor-faktor strategis perusahaan. Alat ini memberikan gambaran jelas tentang bagaimana perusahaan dapat menyesuaikan peluang dan ancaman eksternal dengan kekuatan serta kelemahannya. Dari matriks ini, dapat dihasilkan empat alternatif strategi yang memungkinkan.

Setelah posisi perusahaan dianalisis, langkah selanjutnya adalah merumuskan alternatif strategi menggunakan matriks SWOT. Matriks ini menggambarkan cara peluang dan ancaman disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan perusahaan, sehingga menghasilkan strategi-strategi seperti berikut:

Tabel 3. 3

Matriks SWOT

IFAS & EFAS	Strength (kekuatan)	Weakness (kelemahan)
Opportunities (peluang)	**Strategi S-O** Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	**Strategi W-O** Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (ancaman)	**Strategi S-T** Menciptakan strategi	**Strategi W-T** Menciptakan strategi yang

	mengunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	bersifat defensif dan meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman

(Sumber: Dewi Kurniasih, 20221:84)

Dari tabel di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Strategi SO (Strength-Opportunities) adalah strategi yang dirancang untuk memanfaatkan seluruh kekuatan perusahaan guna meraih dan mengoptimalkan peluang yang ada.
2) Strategi ST (Strengths-Threats) Adalah Strategi ini bertujuan memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk menghadapi dan mengatasi ancaman yang ada.
3) Strategi WO (Weakness-Opportunities) Strategi ini diterapkan dengan memanfaatkan peluang yang ada serta mengurangi kelemahan.
4) Strategi WT (Weakness-Threats) Strategi ini berfokus pada tindakan defensif yang bertujuan untuk mengurangi kelemahan yang ada dan menghindari ancaman.[43]

4. Tabel Bobot Skor

Tabel Bobot Skor adalah tabel yang menunjukkan skor pada masing-masing strategi SO, ST, WO dan WT. Dimana nantinya pengguna dapat menentukan strategi mana yang akan diambilnya, strategi yang diambil adalah strategi yang mempunyai bobot skor paling tinggi.

[43] Dewi Kurniasih, dkk, *Teknik Analisa*, (Bandung, Alfabeta,2021), hal.84

Tabel 3. 4

Tabel Bobot Skor

IFE EFE	Strenghts (Kekuatan)	Weakness (Kelemahan)
Opportunities (Peluang)	Total Skor SO	Total Skor WO
Threats (Ancaman)	Total Skor ST	Total Skor WT

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Letak dan Keadaan Wilayah

Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh merupakan salah satu dari tiga kecamatan yang berada dia wilayah Kota Bukittinggi. Kota Bukittinggi merupakan kota wisata yang selalu di kunjungi wisatawan dari luar kota bahkan luar negri. Biasanya wisatawan tersebut mengunjungi kota Bukittinggi untuk berlibur menikmati keindahan alam dan budaya sekitarnya, mencicipi kuliner khas kota Bukittinggi, dan juga sekedar berbelanja di pasar Aur Kuning. Pasar Aur Kuning merupakan pasar konveksi dan juga dilengkapi dengan bahan-bahan kebutuhan dapur. Pasar Aur menjadi salah satu dari beberapa pusat terjadinya perputaran ekonomi di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh.

Dengan luas wilayah 25,24 km², Kota Bukittinggi terdiri dari 3 Kecamatan yaitu Guguak Panjang, Mandiangin Koto Selayan dan Aur

Birugo Tigo Baleh. Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh terdiri dari 8 kelurahan yaitu Ladang Cangkiah, Kubu Tanjuang, Pakan Labuah, Aur Kuning, Parit Antang, Sapiran, Belakang Balok dan Birugo.

2. Gambaran umum Mustahik penerima zakat produktif di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh

Responden dari penelitian ini yaitu mustahik yang menerima zakat produktif dari BAZNAS Bukittinggi sebanyak 10 mustahik di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi. Umumnya, masyarakat di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi ini mata pencahariannya yaitu berdagang, menjahit, dan bertani. Di kelurahan Belakang Balok, Birugo, dan Sapiran dihiasi dengan berbagai kuliner, umumnya masyarakat di kelurahan tersebut jualan berbagai macam kuliner kerana berlokasi dekat dengan Jam Gadang Kota Bukittinggi yang menjadi *icon* provinsi Sumatra Barat. Sedangkan di kelurahan Pakan Labuah, Parit Antang, Ladang Cangkiah, Aur Kuning, dan Kubu Tanjung umumnya masyarakat berjualan produk dan jasa, menjahit dan bertani. Karena di kawasan tersebut dipenuhi penduduk, mahasiswa dan perantau dari kota lain.

Demi perkembangan usaha dan perputaran ekonomi masyarakat yang ada di Kota Bukittinggi, BAZNAS kota Bukittinggi menyalurkan zakat produktif kepada para pelaku usaha yang tengah menjalankan usahanya. BAZNAS merupakan lembaga non struktural yang berada langsung dibawah naungan presiden melalui Mentri agama. Mustahik yang

menerima zakat produktif di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh ini umumnya berusia 30 sampai 60 tahunan dan sudah menjalankan usahanya walaupun kecil. Tidak berlaku bagi masyarakat yang belum menjalankan usahanya. Pendidikan terakhir Mustahik penerima zakat produktif di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh yang peneliti wawancarai ini umumnya SLTA dan memiliki pengalaman usaha lebih dari 3 tahun. Kemampuan bertahan ini menjadi harapan mustahik untuk bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari demi keberlangsungan hidup keluarga dan diri sendiri. Besaran dana zakat produktif yang diterima mustahik berkisar 500 ribu hingga 8 juta, baik itu berupa uang tambahan modal, bangunan, etalase, dan bahan jualan.

B. Analisis SWOT

1. Identifikasi Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan analisis yang membandingkan faktor eksternal (peluang dan ancaman) dengan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) untuk menentukan strategi terbaik bagi perusahaan. Data yang diperoleh peneliti dalam penulisan skripsi ini adalah data primer, dimana peneliti mendapatkannya langsung dari mustahik yang ada di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh dengan wawancara. Untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal dari usaha mustahik terhadap strategi pengembangan usahanya. Dalam penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disajikan data yang diperoleh dari hasil wawancara sebagai berikut:

a. Faktor Internal

Berikut adalah faktor internal dari usaha mustahik yang ada di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh yang terdiri dari kekuatan (Strenght) dan kelemahan (Weakness).

1) Kekuatan (Strengths)

Tabel 4. 1

Faktor Internal Kekuatan

S1	Lokasi strategis
S2	Tambahan modal dari zakat
S3	Berpengalaman
S4	Harga terjangkau
S5	Pelanggan tetap dan para pengunjung.
S6	Potensi ekonomi yang cukup berkembang
S7	Dukungan dari BAZNAS berupa pelatihan
S8	Meningkatkan kemandirian secara ekonomi
S9	Adanya pasar lokal yang mendukung
S10	Keberagaman jenis usaha mustahik

Kekuatan (Strengths) adalah kondisi internal dari suatu usaha yang menunjang keberhasilan, terdiri dari:

1) Lokasi usaha yaang strategis dekat pemukiman, objek wisata dan mudah dijangkau konsumen.
2) Modal Zakat Produktif sebagai keberlangsungan usaha meringankan beban mustahik.
3) Keterampilan dan pengalaman Mustahik dalam mengelola usaha
4) Harga produk yang terjangkau dan barang yang berkualitas.
5) Pelanggan tetap dan para pengunjung

6) Potensi ekonomi yang cukup berkembang di Kecamatan Aur Bitugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi karena adanya pusat belanja
7) Adanya pelatihan dari lembaga BAZNAS agar dapat membuka pikiran mustahik dalam mengevaluasi usahanya.
8) Kemandirian secara ekonomi meningkat dan diharapkan mustahik kedepannya dapat menjai muzzaki.
9) Adanya pasar lokal yang mendukung usaha.
10) Keberagaman jenis usaha mustahik, seperti dibidang jasa, produksi dan kuliner

2) Analisis Kelemahan (Weakness)

Tabel 4. 2

Faktor Internal Kelemahan

W1	Persaingan tinggi
W2	Keterbatasan modal tambahan
W3	Kesulitan dalam manjemen keuangan
W4	Minimnya tentang pemahaman pemasaran
W5	Minimnya pendampingan usaha
W6	Kurangnya evaluasi usaha
W7	Kurangnya inovasi
W8	Ketergantungan pada modal
W9	Sulit membangun jaringan bisnis
W10	Kurangnya monitoring usaha

Kelemahan (Weakness) adalah kekurangan dari strategi pengembangan usaha mustahik di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh, diantaranya:

1) Persaingan tinggi
2) Keterbatasan modal tambahan

3) Kesulitan dalam manajemen keuangan
4) Minimnya tentang pemahaman pemasaran dan pemahaman inovasi
5) Minimnya pendampingan usaha, pelatihan yang diadakan BAZNAS Bukittinggi hanya diadakan sekali sebulan dan tidak diikuti semua mustahik.
6) Kurangnya evaluasi dari BAZNAS terhadap keberlanjutan usaha mustahik.
7) Kurangnya inovasi dalam pengembangan poduk atau layanan.
8) Ketergantungan mustahik tergadap bantuan tanpa inisiatif untuk berkembang sendiri.
9) Sulit membangun jaringan bisnis dengan pelaku usaha yang lebih besar
10) Kurangnya monitoring dari BAZNAS terhadap keberlanjutan usaha mustahik.

b. Faktor Eksternal

Berikut adalah faktor internal dari usaha mustahik yang ada di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh yang terdiri dari peluang (Opportunities) dan ancaman (Threats).

1) Analisis Peluang (Opportunities)

Tabel 4. 3

Faktor Eksternal Peluang

O1	Peluang besar karena berada di kota wisata.
O2	Permintaan pasar terhadap produk/jasa Mustahik tinggi
O3	Dukungan komunitas atau lembaga untuk pelatihan
O4	Peluang digitalisasi usaha
O5	Adanya program pelatihan
O6	Pemanfaatan e-commerce
O7	Potensi ekspor produk UMKM
O8	Potensi pengembangan produk UMKM
O9	Peluang kerja sama
O10	Potensi pertumbuhan ekonomi

Peluang (Opportunities) adalah kondisi eksternal dari suatu usaha yang menunjang pencapaian objektifitasnya:

1) Peluang besar krena berada di kota wisata, sekolah, perkampusan, pemukiman warga dan jalan yang bagus untuk diakses
2) Permintaan pasar terhadap produk/jasa mustahik tinggi, karena di pasar Aur terdapat harga-harga barang grosiran yang membuat orang dari luar daerah pun juga memesan di Psar Aur Kuning,
3) Dukungan komunitas dan lemgaa untuk pelatihan
4) Peluang digitalisasi usaha yang memungkinkann pemasaran online yang lebih luas.
5) Adanya program pelatihan dari BAZNAS untuk meningkatkan keterampilan usaha.
6) Pemanfaatan e-commerce dan marketplace untuk menjangkau pasar lebih luas.

7) Potensi ekspor produk UMKM ke luar daerah melalui jaringan bisnis yang berkembang.
8) Potensi pengembangan produk UMKM khas daerah yang memiliki nilai jual tinggi.
9) Peluang kerja sama dengan pihak swasta maupun dan komunitas usaha untuk peningkatkan kapasitas mustahik.
10) Potensi pertumbuhan ekonomi lokal yang mendukung pengembangan usaha mustahik

2) Analisis Ancaman (Threats)

Tabel 4. 4

Faktor Eksternal Ancaman

T1	Fluktuasi ekonomi
T2	Banyaknya kompetitor
T3	Resiko Bisnis
T4	Perubahan tren pasar
T5	Kurangnya pengawasan yang ketat
T6	bencana alam
T7	persaingan usaha yang ketat
T8	perizinan usaha
T9	Rendahnya kesadaran mustik untuk berkembang
T10	Ketidakmampuan mengelola modal dengan baik

Ancaman (Threats) adalah kondisi eksternal dari suatu usaha yang menghambat pencampaian objektifitasnya:

1) Fluktuasi ekonomi yang membuat daya beli masyarakat menurun.
2) Banyaknya kompetitor

3) Resiko bisnis seperti gagal panen dan bahan baku mahal membuat pelaku usaha menjadi sulit untuk produksi.
4) Perubahan tren pasaryang cepat dan sulit diikuti oleh mustahik.
5) Kurangnya pengawasan yang ketat
6) Bencana alam atau pandemi yang dapat menghambat usaha mustahik.
7) Persaingan usaha yang ketat dari usaha lain dan usaha besar.
8) Perizinan usaha mustahik
9) Rendahnya kesadaran mustik untuk mengembangkan usaha secara mandiri setelah mendapatkan bantuan
10) Ketidakmampuan mustahik dalam mengelola modal dengan baik

2. IFE dan EFE

a. IFAS (Internal Factors Analysis Summary)

Berikut adalah tabel **IFAS (Internal Factors Analysis Summary)** dari usaha mustahik diKecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi.

Tabel 4.5

Tabel 4. 5

Tabel IFAS (Internal Factors Analysis Summary)

No.	Strengths (S):	Bobot	Rating	Skor Bobot
1	Lokasi Strategis	0,08	4	0,32
2	Adanya modal	0,06	3	0,18
3	Pengalaman usaha	0,04	3	0,12
4	Harga terjangkau	0,08	3	0,24
5	Pelanggan setia	0,06	4	0,24
6	Potensi ekonomi	0,02	3	0,06
7	Pelatihan dari BAZNAS	0,05	2	0,1
8	Kemandirian ekonomi	0,07	3	0,21
9	Pasar lokal mendukung	0,06	4	0,24
10	Keberagaman jenis usaha	0,05	3	0,15
	Total Skor Strenghth (S)	0,57		1,86
No.	**Weakness (W):**			
1	Persaingan tinggi	0,06	2	0,12
2	Modal terbatas	0,05	2	0,1
3	Kurangnya Manajemen Keuangan	0,03	4	0,12
4	Minimnya pemasaran	0,06	3	0,18
5	Minimnya pendampingan usaha	0,03	4	0,12
6	Kurangnya evaluasi	0,08	4	0,32
7	Kurangnya inovasi	0,04	4	0,16
8	Ketergantungan pada modal	0,03	4	0,12
9	Sulit membangun jaringan bisnis	0,02	3	0,06
10	Kurangnya monitoring usaha	0,03	3	0,09
	Total Skor Weakness (W)	0,43		1,39
	Total Skor IFAS	1		3,25

Dari Tabel 4.5 IFAS dapat diketahui bahwa faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 3,25. Karena total tersebut lebih dari 2,5 hal ini mengindikasikan bahwa faktor internal yang kuat.

b. EFAS (Eksternal Factors Analysis Summary)

Berikut adalah tabel **EFAS (Eksternal Factors Analysis Summary)** dari usaha mustahik diKecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi.

Tabel 4. 6

Tabel EFAS (Eksternal Factors Analysis Summary)

No.	Opportunities (O):	Bobot	Rating	Skor Bobot
1	Potensi wisatawan	0,05	3	0,15
2	Permintaan pasar tinggi	0,03	2	0,06
3	Dukungan komunitas untuk pelatihan	0,08	1	0,08
4	Peluang digitalisasi usaha	0,06	2	0,12
5	Adanya program pelatihan	0,02	3	0,06
6	Pemanfaatan e-commerce	0,05	4	0,2
7	Potensi ekspor produk UMKM	0,02	2	0,04
8	Potensi pengembangan produk	0,07	4	0,28
9	Peluang kerja sama	0,02	4	0,08
10	Potensi pertumbuhan ekonomi	0,03	3	0,09
	Total Opportunities (O)	0,43		1,16
No.	**Threats (T)**			
1	Fluktuasi ekonomi	0,06	4	0,24
2	Banyaknya kompetitor	0,04	2	0,08
3	Resiko bisnis	0,02	3	0,06
4	Perubahan tren pasar	0,02	3	0,06
5	Kurangnya pengawasan	0,06	4	0,24
6	Bencana alam	0,05	2	0,1
7	Persaingan ketat	0,08	4	0,32
8	perizinan usaha	0,07	4	0,28
9	Kesaadaran berkembang	0,08	3	0,24
10	Ketidakmampuan mengelola modal	0,09	4	0,36
	Total Threats (T)	0,57		1,98
	Total Skor EFAS	1		3,14

Dari tabel 4.6 EFAS dapat diketahui bahwa faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 3,14. Hal ini mengindikasikan bahwa

mustahik merespon berbagai peluang yang ada dan juga beruasaha menghindari ancaman yang ada.

Berdasarkan tabel 4.5 tentang IFAS dan tabel 4.6 tentang EFAS dapat diketahui bahwa total skor IFAS **(Internal Factors Analysis Summary)** 3,25 lebih besar sedikit dibandingkan total skor EFAS **(Eksternal Factors Analysis Summary)** yang hanya 3,14. Artinya faktor internal dari usaha mustahik di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi lebig dominan dibandingkan faktor eksternal. Sehingga ada peluang bagi usaha mustahik untuk dapat berkembang, dengan memanfaatkan peluang dan kekuatan yang ada dan meminimalisirkan kelemahan beserta ancaman yang ada

3. Matrik SWOT

Tabel 4. 7

Matriks SWOT

IFAS / EFAS	**Strength (kekuatan)**	**Weakness (kelemahan)**
	1. Lokasi strategis 2. Tambahan modal dari zakat 3. Berpengalaman 4. Harga terjangkau 5. Pelanggan tetap dan para pengunjung. 6. Potensi ekonomi berkembang 7. Dukungan dari BAZNAS berupa pelatihan 8. Meningkatkan kemandirian secara	1. Persaingan tinggi 2. Keterbatasan modal tambahan 3. Kesulitan dalam manjemen keuangan 4. Minimnya tentang pemahaman pemasaran 5. Minimnya pendampingan usaha 6. Kurangnya evaluasi usaha 7. Kurangnya inovasi 8. Ketergantungan pada modal

	ekonomi 9. Adanya pasar lokal yang mendukung 10. Keberagaman jenis usaha mustahik	9. Sulit membangun jaringan bisnis 10. Kurangnya monitoring usaha
Opportunities (peluang) 1. Peluang besar karena berada di kota wisata. 2. Permintaan pasar terhadap produk/jasa Mustahik tinggi 3. Dukungan komunitas atau lembaga untuk pelatihan 4. Peluang digitalisasi usaha 5. Adanya program pelatihan 6. Pemanfaatan e-commerce 7. Potensi ekspor produk UMKM 8. Potensi pengembangan produk UMKM 9. Peluang kerja sama 10. Potensi pertumbuhan ekonomi	**Strategi SO** 1. Memanfaatkan lokasi strategis untuk meningkatkan jumlah pelanggan. 2. Menggunakan modal zakat untuk menambah variasi produk. 3. Mencoba pemasaran digital sederhana, seperti WhatsApp dan Facebook. 4. Menjalin relasi dengan komunitas dan organisasi sosial. 5. Memanfaatkan program bantuan pemerintah dan Lembaga Keuangan Syariah 6. Menawarkan paket produk dan diskon menarik. 7. Meningkatkan kualitas layanan dengan pelatihan dari lembaga zakat 8. Mengembangkan kemitraan dengan usaha lokal. 9. Meningkatkan kepercayaan konsumen dengan branding sebagai usaha mustahik. 10. Memanfaatkan dukungan dari	**Strategi WO** 1. Mengikuti pelatihan manajemen usaha agar keuangan lebih tertata. 2. Mencari tambahan modal dari koperasi atau komunitas. 3. Menjalin kerja sama dengan pemasok bahan baku lebih murah. 4. Meningkatkan kualitas produk dengan bimbingan dari ahli atau UMKM yang lebih sukses. 5. Menggunakan media digital untuk memperluas Pasar 6. Menciptakan sistem pembukuan sederhana untuk memudahkan pengelolaan usaha. 7. Meningkatkan strategi promosi dengan memanfaatkan testimoni pelanggan 8. Mengikuti program pendampingan usaha dari lembaga terkait 9. Mengembangkan produk yang lebih unik dan berbeda dari pesaing

	Lembaga Zakat untuk promosi.	10. Memanfaatkan dukungan lembaga zakat untuk mendapatkan alat produksi yang baik.
Threats (ancaman) 1. Fluktuasi ekonomi 2. Banyaknya kompetitor 3. Resiko Bisnis 4. Perubahan tren pasar 5. Kurangnya pengawasan yang ketat 6. Bencana alam 7. Persaingan usaha yang ketat 8. Perizinan usaha 9. Rendahnya kesadaran mustik untuk berkembang 10. Ketidakmampuan mengelola modal dengan baik	**Strategi ST** 1. Menjaga pelanggan tetap dengan meningkatkan layanan. 2. Menambah produk baru agar tetap kompetitif. 3. Mencari pemasok bahan baku alternatif jika harga naik.. 4. Memanfaatkan Branding sebagai Usaha Mustahik untuk Menarik Pelanggan. 5. Meningkatkan kualitas produk agar lebih kompetitif. 6. Menjalin Relasi dengan Pelanggan agar Tetap Loyal. 7. Menyediakan produk yang beragam agar tidak bergantung pada satu jenis usaha. 8. Mengoptimalkan lokasi strategis untuk menarik lebih banyak pembeli. 9. Mengurus legalitas usaha. 10. Selalu *up to date* dengan kondisi pasar.	**Strategi WT** 1. Memisahkan uang usaha dan rumah tangga agar bisnis lebih stabil. 2. Mencoba usaha sampingan lain untuk meningkatkan pendapatan. 3. Mencari modal tambahan jika zakat tidak lagi tersedia. 4. Meningkatkan daya saing dengan mempelajari tren pasar. 5. Mengikuti pelatihan manajemen usaha . 6. Bergabung dengan Komunitas UMKM untuk Mendapatkan Dukungan dan Peluang Baru 7. Menjaga Konsistensi Kualitas agar Tidak Kalah dengan Pesaing. 8. Meningkatkan Strategi Promosi untuk Menarik Lebih Banyak Pembeli 9. Mengoptimalkan Pelayanan agar Pelanggan Tetap Setia. 10. Meningkatkan efisiensi operasional agar bisa menawarkan harga yang kompetitif.

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa kombinasi dari kedua faktor internal dan eksternal tersebut ditunjukkan dalam diagram analisis SWOT dan menjadi strategi pengembangan usaha mustahik di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi sebagai berikut:

a. Strategi SO (Strenght-Opportunitities)

Strategi ini merupakan gabugan dari faktor internal (Strenght) dan faktor eksternal (Opportunitities). Strategi SO yang ditempuh oleh mustahik di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi yaitu:

1) Memanfaatkan lokasi strategis untuk meningkatkan jumlah pelanggan.
2) Menggunakan modal zakat untuk menambah variasi produk.
3) Mencoba pemasaran digital sederhana, seperti WhatsApp dan Facebook.
4) Menjalin relasi dengan komunitas dan organisasi sosial.
5) Memanfaatkan program bantuan pemerintah dan Lembaga Keuangan Syariah
6) Menawarkan paket produk dan diskon menarik.
7) Meningkatkan kualitas layanan dengan pelatihan dari lembaga zakat
8) Mengembangkan kemitraan dengan usaha lokal.
9) Meningkatkan kepercayaan konsumen dengan branding sebagai usaha mustahik.
10) Memanfaatkan dukungan dari Lembaga Zakat untuk promosi.

b. Strategi ST (Strenght-Threat)

Strategi ini merupakan gabugan dari faktor internal (Strenght) dan faktor eksternal (Threat). Strategi ST yang ditempuh oleh mustahik di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi yaitu:

1) Menjaga pelanggan tetap dengan meningkatkan layanan.
2) Menambah produk baru agar tetap kompetitif.
3) Mencari pemasok bahan baku alternatif jika harga naik..
4) Memanfaatkan Branding sebagai Usaha Mustahik untuk Menarik Pelanggan.
5) Meningkatkan kualitas produk agar lebih kompetitif.
6) Menjalin Relasi dengan Pelanggan agar Tetap Loyal.
7) Menyediakan produk yang beragam agar tidak bergantung pada satu jenis usaha.
8) Mengoptimalkan lokasi strategis untuk menarik lebih banyak pembeli.
9) Mengurus legalitas usaha.
10) Selalu *up to date* dengan kondisi pasar.

c. Strategi WO (Weakness-Opportunitities)

Strategi ini merupakan gabugan dari faktor internal (Weakness) dan faktor eksternal (Opportunitities). Strategi WO yang ditempuh oleh mustahik di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi yaitu:

1) Mengikuti pelatihan manajemen usaha agar keuangan lebih tertata.
2) Mencari tambahan modal dari koperasi atau komunitas.

3) Menjalin kerja sama dengan pemasok bahan baku lebih murah.
4) Meningkatkan kualitas produk dengan bimbingan dari ahli atau UMKM yang lebih sukses.
5) Menggunakan media digital untuk memperluas Pasar
6) Menciptakan sistem pembukuan sederhana untuk memudahkan pengelolaan usaha.
7) Meningkatkan strategi promosi dengan memanfaatkan testimoni pelanggan
8) Mengikuti program pendampingan usaha dari lembaga terkait
9) Mengembangkan produk yang lebih unik dan berbeda dari pesaing
10) Memanfaatkan dukungan lembaga zakat untuk mendapatkan alat produksi yang lebih baik.

d. Strategi WT (Weakness-Threat)

Strategi ini merupakan gabugan dari faktor internal (Weakness) dan faktor eksternal (Threat). Strategi WT yang ditempuh oleh mustahik di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi yaitu:

1) Memisahkan uang usaha dan rumah tangga agar bisnis lebih stabil.
2) Mencoba usaha sampingan lain untuk meningkatkan pendapatan.
3) Mencari modal tambahan jika zakat tidak lagi tersedia.
4) Meningkatkan daya saing dengan mempelajari tren pasar.
5) Mengikuti pelatihan manajemen usaha .
6) Bergabung dengan Komunitas UMKM untuk Mendapatkan Dukungan dan Peluang Baru

7) Menjaga Konsistensi Kualitas agar Tidak Kalah dengan Pesaing.
8) Meningkatkan Strategi Promosi untuk Menarik Lebih Banyak Pembeli
9) Mengoptimalkan Pelayanan agar Pelanggan Tetap Setia.
10) Meningkatkan efisiensi operasional agar bisa menawarkan harga yang kompetitif.

4. Tabel Bobot Skor

Tabel 4. 8

Tabel Bobot Skor

IFE / EFE	**Strength (S) (1,86)**	**Weakness (W) (1,39)**
Opportunities (O) 1,16	Strategi S-O Total 1,86+1,16=3,02	Strategi W-O Total 1,39+1,16=2,55
Threats (T) 1,98	Strategi S-T Total 1,86+1,98=3,84	Strategi W-T Total 1,39+1,98=3,37

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa alternatif yang terpilih adalah ST yang memiliki skor tertinggi yaitu 3,84. Pelaku usaha mustahik di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi dapat menggunakan strategi ST sebagai upaya untuk mengembangkan usahanya. Berdasarkan data yang telah diteliti, maka strategi yang dapat dilakukan yaitu memanfaatkan lokasi yang telah ada, meningkatkan inovasi serta memasarkan produk/jasa dengan memanfaatkan digitalisasi, tetap bertahan adalah kunci dari ketahanan usaha, meskipun banyaknya kompetitor hal tersebut jadikan sebuah acuan untuk terus berinovasi, menjaga kualaitas produk/jasa usaha

agar daya saing terus meningkat, serta meminimalisir resiko bisnis yang terjadi dengan penyususnan rencana resiko bisnis.

C. Strategi Pengembangan Usaha Mustahik

Berdasarkan tabel bobot skor yang ada pada tabel 4.8 dapat diketahui bahwa skor tertinggi berada pada Strategi S-T dengan skor 3,84. Dengan memperhatikan strategi strength dan threats, strategi yang dapat digunakan mustahik dalam mengembangkan usahanya yaitu dengan **:**

1. Menjaga pelanggan tetap dengan meningkatkan layanan.

   Menjaga pelanggan tetap setia dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan. Pelayanan yang ramah, cepat dan responsif akan membuat pelanggan merasa dihargai dan nyaman saat berbelanja. Selain itu, memberikan solusi yang tepat terhadap keluhan atau kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan kepercayaan mereka terhadap usaha. Dengan pengalaman yang positif, pelanggan akan cenderung kembali dan bahkan merekomendasikan usaha kepada orang lain. Oleh karena itu, pelayanan yang baik bukan hanya sekadar strategi jangka pendek, tetapi juga investasi untuk menjaga loyalitas pelanggan dan meningkatkan pertumbuhan usaha.

2. Menambah produk baru agar tetap kompetitif.

   Menambah produk baru menjadi salah satu strategi penting agar usaha tetap kompetitif di tengah persaingan. Dengan menghadirkan variasi produk, pelanggan memiliki lebih banyak pilihan, sehingga peluang pembelian meningkat. Selain itu, inovasi produk dapat menarik

perhatian pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama yang selalu mencari sesuatu yang fresh dan menarik. Menyesuaikan produk dengan tren pasar juga membantu usaha tetap relevan dan tidak tertinggal oleh pesaing. Oleh karena itu, pengembangan produk secara berkala menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar.

3. Mencari pemasok bahan baku alternatif jika harga naik.

   Dalam menghadapi kenaikan harga bahan baku, mencari pemasok alternatif menjadi langkah strategis untuk menjaga kestabilan biaya produksi. Dengan membandingkan harga dari beberapa pemasok, pelaku usaha dapat menemukan sumber bahan baku yang lebih terjangkau tanpa mengorbankan kualitas. Selain itu, menjalin kerja sama dengan pemasok lokal atau grosir dapat memberikan keuntungan berupa harga lebih murah dan ketersediaan stok yang lebih stabil. Langkah ini tidak hanya membantu mengurangi beban biaya, tetapi juga memungkinkan usaha tetap kompetitif di pasar dengan menjaga harga jual tetap terjangkau bagi pelanggan.

4. Memanfaatkan Branding sebagai Usaha Mustahik untuk Menarik Pelanggan.

   Memanfaatkan branding sebagai usaha Mustahik dapat menjadi strategi efektif untuk menarik pelanggan dan membangun kepercayaan. Dengan menonjolkan bahwa usaha ini merupakan bagian dari program pemberdayaan ekonomi berbasis zakat, pelanggan akan lebih tertarik

untuk mendukungnya karena merasa turut berkontribusi dalam membantu sesama. Identitas sebagai usaha yang diberdayakan juga dapat menjadi nilai tambah yang membedakan dari kompetitor, terutama jika dikombinasikan dengan kualitas produk dan layanan yang baik. Dengan strategi branding yang kuat, usaha Mustahik tidak hanya dapat meningkatkan penjualan, tetapi juga memperluas jangkauan pasar dan menciptakan loyalitas pelanggan.

5. Meningkatkan kualitas produk agar lebih kompetitif.

Meningkatkan kualitas produk menjadi langkah penting agar usaha lebih kompetitif di tengah persaingan yang ketat. Produk yang berkualitas tinggi tidak hanya lebih menarik bagi pelanggan, tetapi juga membangun kepercayaan dan meningkatkan loyalitas mereka. Dengan bahan baku yang lebih baik, proses produksi yang lebih efisien, serta inovasi yang sesuai dengan kebutuhan pasar, usaha dapat menawarkan nilai lebih dibandingkan pesaing. Selain itu, kualitas yang konsisten akan menciptakan citra positif dan meningkatkan daya saing, sehingga pelanggan cenderung memilih produk tersebut dibandingkan alternatif lain di pasar.

6. Menjalin Relasi dengan Pelanggan agar Tetap Loyal.

Menjalin relasi yang baik dengan pelanggan merupakan kunci utama dalam membangun loyalitas jangka panjang. Dengan memberikan pelayanan yang ramah, mendengarkan kebutuhan mereka, dan sesekali menawarkan promo atau reward, pelanggan akan merasa dihargai dan

lebih terikat dengan usaha. Komunikasi yang baik, baik secara langsung maupun melalui media sosial, juga dapat memperkuat hubungan dan membuat pelanggan merasa lebih dekat dengan brand. Ketika pelanggan merasa nyaman dan puas, mereka tidak hanya akan terus berbelanja, tetapi juga cenderung merekomendasikan usaha kepada orang lain. Oleh karena itu, menjaga hubungan baik dengan pelanggan adalah investasi penting untuk keberlangsungan bisnis.

7. Menyediakan produk yang beragam agar tidak bergantung pada satu jenis usaha.

   Menyediakan produk yang beragam menjadi strategi penting agar usaha tidak bergantung pada satu jenis produk saja. Dengan variasi yang lebih banyak, pelanggan memiliki lebih banyak pilihan, sehingga peluang penjualan meningkat. Diversifikasi produk juga membantu usaha tetap stabil saat permintaan terhadap salah satu produk menurun, karena masih ada produk lain yang bisa menjadi sumber pendapatan. Selain itu, variasi produk dapat menarik lebih banyak segmen pelanggan dengan kebutuhan yang berbeda, sehingga memperluas jangkauan pasar. Dengan strategi ini, usaha dapat lebih fleksibel dalam menghadapi perubahan tren dan persaingan yang ketat.

8. Mengoptimalkan lokasi strategis untuk menarik lebih banyak pembeli.

   Mengoptimalkan lokasi strategis merupakan langkah penting untuk menarik lebih banyak pembeli dan meningkatkan penjualan. Dengan memanfaatkan posisi usaha yang berada di area ramai, seperti dekat

pasar, sekolah, atau jalan utama, peluang mendapatkan pelanggan baru menjadi lebih besar. Untuk menarik perhatian, pemilik usaha dapat menata produk dengan tampilan yang menarik, memasang spanduk promosi, atau menawarkan sampel gratis kepada calon pembeli. Selain itu, memastikan tempat usaha mudah diakses dan nyaman bagi pelanggan juga dapat meningkatkan pengalaman berbelanja mereka. Dengan strategi yang tepat, lokasi yang strategis dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk meningkatkan daya saing usaha.

9. Mengurus legalitas usaha.

    Mengurus legalitas usaha merupakan langkah penting untuk memastikan bisnis berjalan secara resmi dan memiliki perlindungan hukum. Dengan memiliki izin usaha, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) atau sertifikasi halal jika diperlukan, pemilik usaha dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mitra bisnis. Legalitas juga memudahkan akses ke berbagai program bantuan pemerintah, seperti pendanaan UMKM atau pelatihan bisnis. Selain itu, usaha yang memiliki izin resmi lebih dipercaya oleh konsumen, karena dianggap lebih profesional dan bertanggung jawab. Oleh karena itu, mengurus legalitas sejak awal menjadi investasi jangka panjang untuk perkembangan usaha yang lebih stabil dan berkelanjutan.

10. Selalu *up to date* dengan kondisi pasar.

    Selalu up to date dengan kondisi pasar merupakan kunci agar usaha tetap relevan dan mampu bersaing di tengah perubahan tren dan

kebutuhan konsumen. Dengan terus memantau perkembangan pasar, pelaku usaha dapat menyesuaikan produk, harga, dan strategi pemasaran agar tetap menarik bagi pelanggan. Selain itu, mengikuti tren terbaru memungkinkan usaha untuk berinovasi dan menghadirkan sesuatu yang lebih segar dibandingkan kompetitor. Informasi mengenai preferensi pelanggan, perilaku pembelian, serta teknologi baru juga dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing bisnis. Dengan tetap mengikuti dinamika pasar, usaha memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang dalam jangka panjang.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada BAZNAS Bukittinggi, maka dapat dikemukakan bahwa strategi pengembangan usaha Mustahik penerima zakat produktif di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi sebagai berikut :

1. Mustahik penerima zakat produktif di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi telah memanfaatkan dana zakat produktif untuk pengembangan usahanya.
2. Sebagian mustahik sudah mengalami peningkatan pendapatan setelah mendapatkan dana zakat produktif meskipun ada beberapa yang masih menghadapi kendala dalam mengelola usaha.
3. Pentingnya Mustahik untuk melakukan pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing.
4. Pentingnya bagi Mustahik untuk mengurus legalitas usahanya. Seperti perizinan tempat usaha, label halal, dan BPOM.
5. Program zakat produktif memberikan dampak positif untuk masyarakat sekitar dalam menciptakan lapangan pekerjaan.
6. BAZNAS Bukittinggi berperan penting dalam memberikan pendampingan dan pelatihan bagi mustahik agar dana zakat dikelola lebih efektif.
7. Kendala Mustahik dalam mengelola usaha, manajemen keuangan sederhana.

8. Program zakat produktif memberikan dampak positif bagi masyarakat dalam menciptakan kemandirian ekonomi.
9. Program zakat produktif cukup efektif dalam meningkatkan kesejahteraan Mustahik di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi , namun masih memerlukan dukungan berupa pendampingan dan monitoring usaha.
10. Diperlukan strategi program zakat produktif yang lebih terstruktur dalam pembinaan, penguatan jaringan pemasaran, serta evaluasi secara berkala terhadap perkembangan usaha mustahik.

B. Saran

Dari kesimpulan diatas, maka dapat di kemukakan saran sebagai berikut:

1. Bagi para pelaku usaha mustahik penerima zakat produktif di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi, dapat memanfaatkan teknologi dan meningkatkan inovasi seiring perkembangan zaman.
2. Bagi para pelaku usaha Mustahik, perlunya untuk antusias dalam mengikuti program yang telah disediakan BAZNAS Bukittinggi.
3. Bagi pengelola BAZNAS Bukittinggi, dapat melaksanakan pelatihan dan evaluasi usaha mustahik agar lebih efisien, serta membuka pikiran para pelaku usaha ,mustahik di Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh Kota Bukittinggi agar lebih dapat mengevaluasi usahanya.
4. Bagi pengelola BAZNAS Bukittinggi , perlunya melakukan evaluasi dan monitoring secara berkala terhadap usaha Mustahik untuk memastikan

efektifitas dana zakat produktif serta memberikan solusi jika ada kendala yang dihadapi

5. Diperlukan dukungan dari pemerintah daerah dan kademisi dalam mendukung pengembangan usaha Mustahik baik dalam bentuk pelatihan, bantuan teknologi maupun pendampingan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

A. Riawan Amin, *Menggagas Manajemen Syariah*,Salemba Empat, Jakarta, 2010

Afifudidin, Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2009

Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam III*, (Jakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1999)

Ahmad Dakhoir, *Hukum Zakat Pengaturan dan Intregitas kelembagaan Pngelolaan Zakat dengan Fungsi Lembaga Perbankan*, (Surabaya: Aswaja Pressindo, 2015

Ahmad Hasan Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwi*l, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013

Ahmad Sudirman Abbas, *ZAKAT: Ketentuan dan Pengelolaannya*, (Bogor: CV Anugrah berkah Sentosa,2017)

Ahmad Thoharul Anwar, "*Zakat Produktif Untuk Pemberdayaan Ekonomi Umat*", Jurnal Zizwaf, Vol. 5, No.1, 2017

Andi Siryadi, *Mustahik Dan Harta Yang Wajib Dizakati Menurut Kajian Para Ulama*, Jurnal Keislaman, Vol. 19, No. 1, Januari-juli 2018

Andi Siryadi, "*Mustahik Dan Harta Yang Wajib Dizakati Menurut Kajian Para Ulama*", Jurnal Keislaman, Vol. 19, No. 1, Januari-juli 2018

Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2009),

Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana

Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2013

Charmita Gayatri, "Analisis peranan dana zakat produktif terhadap perkembangan usaha mikro kecil menengah mustahik", Skripsi Uin Raden Mas Said Makassar, 2023.

Departemen Agama RI, "Al-Quran dan Terjemahnya", (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2000)

Didin Hafiduddin dan Hendry Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2003)

Dikdik Harjadi dan Dewi Fatmasari, *Pengantar Bisnis,* (Kuningan: UNIKU Press, 2015)

Fasiha, *Zakat Produktif Alternatif Sistem Pengendalian Kemiskinan*, (Palopo: Laskar Perubahan, 2017)

Fathan Budiman, *Zakat Produktif Pengelolaan Dan Pemberdayaan Bagi Umat*, (Yogyakarta: Griya Larasati,2020),

Fathur Rahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam* (Jakarta: Sinar Grafika, 2013)

Fitri Maltuf, *" Pengelolaan Zakat Produktif Sebagai Instrumen Peningkatan Kesejateraan Umat"*, Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 8, No. 1, 2017

Fitri Wijayanti, "Efektifitas pengelolaan zakat produktif dalam pengembangan usaha ternak", Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung, 2023

Hartono Widodo, *Teten Kustiawan, Akuntansi dan Manajemen Keuangan Untuk Organisasi Pengelolaan Zakat*, (Bandung: Asy Syamil Press Grafika, 2001

Hendri Widia Astuti, "Analisis peranan zakat produktif terhadap perkembangan usaha mikro mustahik", Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung, 2019

Johan Wahyu," *Distribusi Zakat Produktif untuk Pengembangan Ekonomi"*, Jurnal Ekonomi Syari'ah, Vol. 2, No. 2, Agustus 2019

Kamaludin dan Alfan, *Etika Manajemen Islam*, Pustaka Setia, Bandung, 2010

Latifah Hanim, *UMKM dan Bentuk-Bentuk Usaha*, (Semarang: Unissula Press, 2018

Lexy J. Moeleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007

Lisa Rosita, "Implementasi dana zakat produktif terhadap perkembangan usaha pedagang kaki lima di wilayah wisata halal masjid agung kota Praya", Skripsi Universitas Mataram, 2019.

M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah,* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014)

Marsuki, *Pemikiran Dan Strategi Memberdayakan Sektor ekonomi UMKM Di Indonesia*, (Jakarta: Mitra Wacana Media. ,2006

Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam,* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta Bandung, 2012

Muhammad Rifa'i, *Manajemen Bisni*s, (Medan:CV. Pusdikra Mitra Jaya, 2020

Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013

Nasrullah, *"Regulasi Zakat dan Penerapan Zakat Produktif Sebagai Penunjang Pemberdayaan Masyarakat"*, Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, (,Inferensi), Vol. 9, No. 1,

Nurnasrina, P. Adiyes Putra, *Kegiatan Usaha Bank Syariah,* (yogyakarta: Kalimedia, 2017

Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2009)

Peraturan perundang-undangan Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011tentang pengelolaan zakat

R. Lukman Fauroni, *Etika Bisnis dalam Alquran*, Pustaka Pesantren, Yogyakarta, 2006

Republik Indonesia, Undang Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.Jakarta : Kementrian Hukum dan HAM

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2019

Umrotul Khasanah, *Manajemen Zakat Modern*, (Malang: UIN-MALIKA PRESS, 2010)

Zuhairi, et.al, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah,* Edisi Revisi, (Jakarta: Rajawali Press, 2010

PEDOMAN WAWANCARA

A. Identitas Responden

a. Nama:
b. Usia:
c. Jenis Kelamin:
d. Pendidikan Terakhir:
e. Jenis Usaha:
f. Lama Usaha Berjalan:
g. Jumlah Bantuan Zakat Produktif yang Diterima:

B. Analisis SWOT dalam Pengembangan /usaha

1. Strengths (Kekuatan)
   a. Apa saja keunggulan utama usaha Anda saat ini?
   b. Bagaimana peran zakat produktif dalam memperkuat usaha Anda?
   c. Apakah Anda memiliki keterampilan khusus yang mendukung usaha ini?
   d. Bagaimana kualitas produk atau jasa yang Anda tawarkan dibandingkan pesaing?
   e. Apakah Anda memiliki jaringan atau pelanggan tetap?
2. Weaknesses (Kelemahan)
   a. Apa saja kendala utama yang Anda hadapi dalam menjalankan usaha ini?
   b. Apakah modal dari zakat produktif sudah cukup atau masih kurang?
   c. Apakah Anda mengalami kesulitan dalam manajemen keuangan usaha?
   d. Bagaimana tingkat pemahaman Anda terhadap pemasaran dan inovasi produk?
   e. Apakah Anda mendapatkan bimbingan atau pelatihan yang cukup dari lembaga pemberi zakat?
3. Opportunities (Peluang)
   a. Bagaimana prospek usaha Anda ke depannya di Bukittinggi?
   b. Apakah ada permintaan pasar yang tinggi terhadap produk/jasa Anda?

c. Apakah ada dukungan dari pemerintah atau komunitas lokal yang membantu usaha Anda?
d. Apakah ada potensi untuk mengembangkan usaha melalui media sosial atau teknologi digital?
e. Apa yang bisa dilakukan oleh lembaga zakat atau pihak lain untuk membantu pengembangan usaha Anda?

4. Threats (Ancaman)
   a. Apa tantangan terbesar yang dapat menghambat usaha Anda?
   b. Bagaimana persaingan dengan usaha lain di bidang yang sama?
   c. Apakah ada faktor ekonomi, sosial, atau lingakungan yang berpengaruh terhadap usaha Anda?
   d. Bagaimana strategi Anda dalam menghadapi perubahan harga bahan baku atau biaya operasional?
   e. Jika bantuan zakat tidak lagi diberikan, bagaimana rencana Anda untuk menjaga kelangsungan usaha?

LAMPIRAN

BAZNAS
Badan Amil Zakat Nasional
KOTA BUKITTINGGI

Nomor : 234/BAZNAS-BKT/IX/2024
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian

Bukittinggi, 20 Rabiul Awwal 1446 H
25 September 2024 M

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

di
Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Teriring salam dan doa semoga segenap kita senantiasa mendapat bimbingan dan lindungan Allah SWT dalam menjalakan aktivitas sehari-hari, amin

Menindaklanjuti surat dari Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi Nomor B-2504/ Un.26.3/PP.07/09/2024 tanggal 10 September 2024 Perihal Mohon Izin Penelitian, dengan ini BAZNAS Kota Bukittinggi memberikan Izin Penelitian untuk penyusunan skripsi kepada:

Nama	: IVO AFDALIZA
NIM	: 3721065
Semester	: VII (Tujuh)
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah S1
Judul Skripsi	: "Analisis Pengembangan Usaha Mustahik Melalui Zakat Produktif Menurut Perspektif Manajemen Bisnis Syariah Pada BAZNAS Bukittinggi"
Waktu	: 10 September s.d 10 Oktober 2024

Demikianlah surat ini disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Billahi taufik wal hidayah
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

BADAN AMIL ZAKAT
NASIONAL KOTA BUKITTINGGI

EDI SYAHMIAN
Ketua

Alamat Kantor :
JL. Mutiara IV Komplek Mutiara Indah Kelurahan ATTS Kecamatan Guguak Panjang Bukittinggi
Mail: baznaskota.bukittinggi@baznas.or.id Website : www.kotabukittinggi.baznas.go.id



Gambar 1 wawancara dengan pihak BAZNAS Kota Bukittinggi



Gambar 2 wawancara dengan Bapak Yst Asa Rajo



Gambar 3 wawancara dengan Bapak Welly



Gambar 4 wawancara dengan Ibuk Sudarni



Gambar 5 wawancara dengan Ibuk Netti



Gambar 6 wawancara dengan Ibuk Murna



Gambar 7 wawancara dengan Bapak Riswardi



Gambar 8 wawancara dengan Bapak Neflizon



Gambar 9 wawancara dengan Bapak Bakso Mas Kino



Gambar 10 wawancara dengan Ibuk Sisri



Gambar 11 wawancara dengan Ibuk Endang