

DOES PRODUCT INNOVATION ENHANCE MUSTAHIQ WELFARE THROUGH THE MEDIATION OF ISLAMIC BUSINESS SUCCESS? A PARTIAL LEAST SQUARES STRUCTURAL EQUATION MODELLING APPROACH.

Zailan Basri Tamamala

Departemen Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga, Indonesia
Email: zailan.basri.tamamala-2024@feb.unair.ac.id ,

Muhammad Attar Indra Rajasa

Departemen Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga, Indonesia
Email: muhammad.attar.in-2024@feb.unair.ac.id ,

Ririn Tri Ratnasari

Departemen Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga, Indonesia
Email: ririnsari@feb.unair.ac.id

Abstrak

Kesejahteraan mustahiq (penerima zakat) merupakan salah satu tujuan utama penerapan zakat produktif dalam sistem ekonomi Islam. Studi ini berfokus pada peran mediasi kesuksesan bisnis Islam dalam hubungan antara inovasi produk dan kesejahteraan mustahiq. Merujuk pada prinsip-prinsip maqasid al-Syariah, pendekatan kuantitatif digunakan dalam studi ini, dengan data primer diperoleh dari wirausaha mikro penerima zakat produktif di Indonesia. Analisis menggunakan Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menunjukkan bahwa inovasi produk berkontribusi signifikan terhadap kesuksesan bisnis Islam, yang pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan mustahiq. Lebih lanjut, motivasi kewirausahaan Islam dan kompetensi kewirausahaan terbukti menjadi faktor penting yang memengaruhi kesuksesan bisnis dan dampaknya terhadap peningkatan kualitas hidup penerima zakat secara berkelanjutan. Studi ini menyoroti pentingnya pendekatan holistik yang mengintegrasikan dimensi spiritual, sosial, dan ekonomi dalam program pemberdayaan berbasis zakat. Temuan ini memberikan rekomendasi strategis bagi lembaga zakat untuk merancang intervensi yang lebih efektif guna mendukung kemandirian finansial mustahiq dan mencapai tujuan keuangan sosial Islam yang berkelanjutan.

Kata Kunci: inovasi produk zakat, kesuksesan bisnis Islam, kesejahteraan mustahiq, pemberdayaan ekonomi.

Abstract

The welfare of mustahiq (zakat recipients) is one of the primary objectives of implementing productive zakat in the Islamic economic system. This study focuses on the mediating role of Islamic business success in the relationship between product innovation and mustahiq welfare. Referring to the principles of maqasid al-Shari'ah, a quantitative approach was used in this study, where primary data were obtained from micro-entrepreneurs who are recipients of productive zakat in Indonesia. Analysis using Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) shows that product innovation significantly contributes to the success of Islamic businesses, ultimately improving the welfare of mustahiq. Furthermore, Islamic entrepreneurial motivation and entrepreneurial competency are proven to be essential factors influencing business success and its impact on sustainably improving the quality of life of zakat recipients. This study highlights the importance of a holistic approach integrating spiritual, social, and economic dimensions in zakat-based empowerment programs. These findings provide strategic recommendations for zakat institutions to design more effective interventions to support the financial independence of mustahiq and achieve the goals of sustainable Islamic social finance.

Keywords: zakat product innovation, Islamic business success, mustahiq welfare, economic empowerment.

1. Pendahuluan

Kesejahteraan penerima zakat (mustahiq) merupakan isu sentral dalam pengelolaan zakat produktif di Indonesia, terutama karena mereka merupakan kelompok paling rentan dalam struktur sosial ekonomi masyarakat. Sebagai penerima zakat, mereka umumnya berasal dari kelompok fakir, miskin, dan membutuhkan yang memiliki akses terbatas terhadap modal, pendidikan, dan kesempatan kerja. Dari perspektif ekonomi Islam, zakat memiliki posisi strategis sebagai instrumen distribusi kekayaan dan instrumen pemberdayaan yang mampu mendorong transformasi penerima zakat (mustahiq) menuju kemandirian finansial yang lebih besar. Zakat berfungsi sebagai mekanisme pemurnian kekayaan bagi para pembayar zakat (muzaki) dan sebagai instrumen sosial yang menegaskan prinsip keadilan dan kesetaraan ekonomi di masyarakat (Al-Faizin et al., 2018). Dengan fungsi gandanya, zakat tidak hanya menjawab permasalahan konsumsi jangka pendek, tetapi juga bertujuan untuk memperkuat fondasi ekonomi masyarakat, sehingga lebih kompetitif dalam jangka panjang.

Potensi zakat Indonesia sangat besar. Menurut data BAZNAS, total potensi zakat pada tahun 2022 diperkirakan mencapai Rp327,6 triliun. Namun, realisasi penghimpunannya masih sangat rendah, hanya sekitar Rp22,5 triliun atau 6,9 persen dari potensi yang ada (*Outlook zakat indonesia 2022*, n.d.). Kesenjangan ini mengindikasikan adanya permasalahan mendasar, baik dari sisi kesadaran wajib zakat maupun efektivitas lembaga pengelola zakat dalam menghimpun zakat. Rendahnya penghimpunan zakat dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti literasi zakat, tingkat kepercayaan terhadap lembaga amil, dan sistem penyaluran yang belum sepenuhnya transparan dan profesional. Kondisi ini berdampak pada efektivitas penyaluran zakat, karena dana yang terhimpun terbatas sehingga mempersempit ruang pemberdayaan mustahiq (penerima). Hal ini mengindikasikan bahwa, selain upaya peningkatan kesadaran wajib zakat, diperlukan pula inovasi dan strategi yang lebih terpadu dari lembaga zakat untuk mengoptimalkan penghimpunan dan penyaluran zakat agar tepat sasaran.

Salah satu strategi yang semakin gencar diimplementasikan adalah program zakat produktif. Program ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi jangka pendek dan memperkuat basis ekonomi mustahiq (penerima manfaat) melalui kegiatan usaha produktif. BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional) mencatat bahwa pelaksanaan program pemberdayaan ekonomi berbasis zakat telah meningkatkan pendapatan mustahiq rata-rata 30–40 persen selama dua tahun. Peningkatan ini menunjukkan kontribusi nyata zakat produktif dalam meningkatkan kondisi ekonomi penerima manfaat. Namun, peningkatan pendapatan tidak serta merta menjamin kesejahteraan yang berkelanjutan, karena banyak faktor lain yang turut berperan, seperti keberlanjutan usaha, pengelolaan keuangan, dan kemampuan mustahiq untuk berinovasi. Dengan kata lain, meskipun zakat produktif menyediakan modal awal, keberhasilan jangka panjang tetap bergantung pada kemampuan internal mustahiq dalam mengelola usaha.

Inovasi produk memainkan peran krusial dalam pemberdayaan ekonomi karena merupakan kunci bagi usaha mikro untuk bertahan dalam persaingan pasar. Inovasi produk berarti menciptakan produk baru dan meningkatkan kualitas, kemasan, pemasaran, serta diversifikasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen. (Simbolon & Afdawaiza, 2023) menekankan bahwa inovasi produk berdampak signifikan terhadap peningkatan pendapatan dan perluasan akses pasar bagi usaha kecil. Mustahiq (penerima manfaat agama) yang mampu berinovasi (Santoso et al., 2024) Perusahaan mereka lebih

mungkin mendapatkan kepercayaan konsumen dan memiliki peluang pertumbuhan yang lebih besar. Dalam lingkungan ekonomi yang semakin dinamis, inovasi produk merupakan indikator krusial apakah suatu bisnis dapat bertahan atau gagal. Oleh karena itu, inovasi produk perlu menjadi fokus utama dalam mengevaluasi efektivitas program zakat produktif.

Meskipun inovasi produk krusial, faktor-faktor kesuksesan bisnis Islam (Keberhasilan Bisnis Islam) juga relevan. Dari perspektif Islam, kesuksesan bisnis diukur berdasarkan keuntungan finansial dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Syariah, keberkahan, keberlanjutan, dan manfaat sosial yang dihasilkan. Beliau menyatakan bahwa kesuksesan bisnis Islam menggabungkan dimensi spiritual, moral, dan ekonomi, dengan menekankan nilai-nilai kejujuran, keadilan, keberkahan, dan kemanfaatan bagi sesama. Oleh karena itu, bisnis yang menguntungkan secara finansial namun mengabaikan prinsip-prinsip Syariah tidak dapat dikategorikan sebagai bisnis Islam yang sukses. Oleh karena itu, mempelajari kesuksesan bisnis Islam dalam kaitannya dengan kesejahteraan mereka yang berhak menerimanya sangat penting untuk menilai sejauh mana bisnis rintisan dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan.

Literatur tentang zakat dan pemberdayaan ekonomi menunjukkan bahwa keberhasilan bisnis Islam dapat memediasi hubungan antara inovasi produk dan kesejahteraan mustahiq (penerima manfaat agama). (Albaity & Rahman, 2019) menemukan bahwa inovasi bisnis memang memiliki dampak positif terhadap peningkatan pendapatan mustahiq (penerima manfaat). Namun, dampaknya terhadap kesejahteraan jangka panjang terutama ditentukan oleh sejauh mana bisnis mencapai kesuksesan Islam. Dengan kata lain, inovasi produk yang dilakukan tanpa fondasi kesuksesan bisnis Islam cenderung menghasilkan efek sementara. Sebaliknya, inovasi yang disertai kesuksesan bisnis Islam dapat memperkuat keberlanjutan bisnis dan meningkatkan kesejahteraan mustahiq secara lebih konsisten.

(Herianingrum et al., 2024) menyoroti bahwa faktor kelembagaan zakat secara signifikan menentukan efektivitas program pemberdayaan. Kinerja lembaga zakat dalam membantu mustahiq (penerima zakat), memberikan pelatihan, dan memfasilitasi akses pasar merupakan faktor eksternal yang berpengaruh. Namun, penelitian ini belum mengkaji faktor internal mustahiq, khususnya yang berkaitan dengan inovasi produk dan kesuksesan bisnis Islam. Kesenjangan ini menunjukkan bahwa studi yang menghubungkan ketiga variabel ini masih jarang, meskipun pemahaman tentang peran internal mustahiq sangat penting dalam menilai efektivitas program pemberdayaan. Kesenjangan penelitian ini menjadi dasar penelitian ini, yang bertujuan untuk memberikan kontribusi baru bagi literatur tentang zakat produktif.

Kesejahteraan penerima manfaat sebagai indikator keberhasilan program zakat tidak hanya diukur dari peningkatan pendapatan. Kesejahteraan juga mencakup dimensi kemandirian ekonomi, partisipasi sosial, peningkatan kualitas pendidikan, kesehatan, dan pemberdayaan secara menyeluruh. Dalam kerangka maqāṣid al-syarī‘ah (prinsip-prinsip hukum Islam), tujuan kesejahteraan adalah mencapai kehidupan yang lebih seimbang dan bermartabat yang mengejar kepuasan materi dan pemenuhan spiritual. Oleh karena itu, keberhasilan usaha Islam merupakan penentu krusial karena tidak hanya menjamin keuntungan finansial tetapi juga memperkuat nilai-nilai etika, keberkahan, dan keberlanjutan dalam kehidupan para penerima manfaat.

Selain inovasi dan keberhasilan bisnis Islam, pendidikan Islam juga berperan penting dalam menunjang kesejahteraan para penerima zakat (zakat). (Siregar & Siregar, 2024)

menekankan bahwa pendidikan Islam dapat menginternalisasi nilai-nilai zakat sekaligus memberikan pemahaman praktis kepada mustahik dalam mengelola bisnis yang sesuai syariah. Pendidikan berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan pengetahuan agama dengan keterampilan praktis, sehingga memungkinkan mustahik tidak hanya memperoleh modal usaha tetapi juga keterampilan moral dan intelektual untuk menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Integrasi pendidikan, inovasi produk, dan kesuksesan perusahaan Islam dapat menghasilkan model pemberdayaan yang lebih holistik.

Tren penelitian terkini juga menunjukkan bahwa zakat memiliki potensi signifikan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan. Studi terbaru mengaitkan zakat dengan pengentasan kemiskinan, pengurangan pengangguran, dan peningkatan Indeks Pembangunan Manusia (IPM). Jika dikelola dengan baik, zakat dapat menjadi instrumen fiskal alternatif yang memperkuat perekonomian nasional sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Dalam konteks ini, bisnis mustahik yang berbasis inovasi produk dan mencapai kesuksesan Islam dapat menjadi penggerak ekonomi lokal yang mendukung pembangunan inklusif..

Dari uraian ini, jelaslah bahwa penelitian tentang hubungan antara inovasi produk, kesuksesan bisnis Islam, dan kesejahteraan mustahik (penerima zakat) diperlukan. Kesenjangan penelitian yang terbuka ini dan urgensi praktis untuk mengoptimalkan zakat produktif memberikan alasan yang kuat untuk studi empiris lebih lanjut. Dengan memposisikan Kesuksesan Bisnis Islam sebagai variabel mediasi, penelitian ini berupaya menjawab pertanyaan mendasar tentang bagaimana inovasi produk dapat berkontribusi secara berkelanjutan terhadap kesejahteraan mustahik (penerima zakat). Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur tentang zakat produktif dan memberikan perspektif baru dalam pengembangan teori ekonomi Islam.

Lebih lanjut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi lembaga pengelola zakat di Indonesia. Dengan mengidentifikasi peran mediasi kesuksesan bisnis Islam, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi strategis tentang bagaimana lembaga zakat seharusnya merancang program pemberdayaan yang berfokus pada penyediaan modal usaha, penguatan kapasitas inovasi, dan pemahaman prinsip-prinsip kesuksesan bisnis Islam. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu menciptakan model pemberdayaan zakat yang lebih berkelanjutan, berorientasi pada kemandirian dan sesuai dengan nilai-nilai syariah, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan mustahiq (penerima zakat) secara holistik dan berkelanjutan.

Lebih lanjut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi lembaga pengelola zakat di Indonesia. Dengan mengidentifikasi peran mediasi kesuksesan bisnis Islam, penelitian ini dapat memberikan rekomendasi strategis tentang bagaimana lembaga zakat seharusnya merancang program pemberdayaan yang tidak hanya berfokus pada penyediaan modal usaha, tetapi juga pada penguatan kapasitas inovasi dan pemahaman prinsip-prinsip kesuksesan bisnis Islam. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu menciptakan model pemberdayaan zakat yang lebih berkelanjutan, berorientasi pada kemandirian dan sesuai dengan nilai-nilai syariah, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan mustahiq (penerima zakat) secara holistik dan berkelanjutan.

Berdasarkan kajian teoritis dan temuan empiris, penelitian ini mengusulkan kerangka kerja konseptual yang memposisikan inovasi produk sebagai faktor utama yang memengaruhi kesejahteraan mustahiq melalui peran mediasinya dalam kesuksesan bisnis

Islam. Inovasi produk dipandang sebagai kemampuan mustahiq untuk memberikan nilai tambah bagi bisnis mereka melalui diferensiasi, kualitas, atau adaptasi terhadap kebutuhan pasar. Kemampuan ini diyakini dapat meningkatkan daya saing bisnis dan mendorong pertumbuhan ekonomi mustahiq. Namun, dalam ekonomi Islam, peningkatan kesejahteraan tidak hanya ditentukan oleh inovasi semata, tetapi juga oleh sejauh mana bisnis mencapai kesuksesan Islam, yaitu kesuksesan bisnis yang didasarkan pada prinsip-prinsip syariah, keberkahan, keadilan, dan keinginan. Oleh karena itu, Keberkahan Bisnis Islam diposisikan sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh inovasi produk terhadap kesejahteraan mustahiq. Kerangka kerja ini selaras dengan perspektif Resource-Based View (RBV), yang menekankan pentingnya kapabilitas internal dalam menciptakan keunggulan bisnis, dan maqasid al-syari'ah, yang menekankan pentingnya keberkahan dan kemakmuran dalam kegiatan ekonomi.

2. Tinjauan Pustaka

Konsep Kesejahteraan Islami

Kesejahteraan Islami (*al-falāh*) dipahami secara holistik mencakup dimensi material, spiritual, dan keadilan sosial serta diturunkan dari maqāsid al-syarī'ah (ḥifz al-dīn, al-naḥs, al-'aql, al-naṣl, al-māl) (Syed Ali, n.d.) (2019). Karena itu, indikator *well-being* tidak boleh berhenti pada pendapatan/konsumsi, tetapi perlu memuat martabat, kemandirian, ketahanan rumah tangga, dan kepatuhan syariah (Muhammad Nooraiman Zailani et al., 2022). Literatur juga menunjukkan bahwa kepatuhan syariah dan praktik bisnis Islami berkorelasi dengan kinerja jangka panjang yang lebih baik sebuah kanal yang relevan ketika "Islamic business success" diposisikan sebagai mediator antara inovasi dan kesejahteraan (Pepis & de Jong, 2019). Dalam konteks kebijakan sosial, zakat ditempatkan sebagai *instrument of social justice* yang menutup kesenjangan dan mendorong kemaslahatan bersama melalui mekanisme redistribusi dan program pemberdayaan yang akuntabel (Choiriyah et al., 2020). Temuan empiris lintas studi di Indonesia memperlihatkan bahwa zakat produktif bila dipasangkan dengan pendampingan usaha meningkatkan kinerja bisnis mustahiq, memperbaiki indikator kesejahteraan (material-spiritual), dan memperbesar peluang transisi mustahiq menjadi muzakki (Widiastuti et al., 2021). Dengan demikian, kerangka "kesejahteraan Islami" yang integratif menuntut desain program yang menyatukan *capability building* (inovasi produk, literasi digital, akses pasar) dengan tata kelola berlandaskan maqāsid agar manfaatnya berumur panjang pada level individu dan sosial (Widiastuti et al., 2022).

Inovasi Produk dan Kesejahteraan Mustahiq

Inovasi produk membantu usaha mikro menyelaraskan penawaran dengan kebutuhan pasar sehingga kinerja dan pendapatan meningkat (Rosenbusch et al., 2011). Bukti pada sektor garmen di negara berkembang menunjukkan adopsi inovasi yang konsisten beriring dengan perbaikan performa UKM (Larios-Francia & Ferasso, 2023). Kapabilitas inovasi pada mikro-usaha terbentuk oleh faktor personal, organisasional, dan lingkungan yang memicu produk maupun proses "baru di pasar" (Zastempowski, 2022). Program pendampingan berfokus inovasi memperkuat keberlanjutan dan daya saing usaha kecil (Marinho & Costa Melo, 2022). Dalam ekosistem keuangan syariah, akses pembiayaan yang patuh prinsip mendukung kewirausahaan sekaligus kesejahteraan rumah tangga penerima (Ahmad et al., 2020). Intervensi tabungan syariah melalui uji lapangan acak meningkatkan penggunaan layanan keuangan dan perilaku menabung yang menunjang

stabilitas mustahiq (Abbas et al., 2023). Pemetaan bibliometrik menegaskan fokus mikrofinans syariah pada pemberdayaan dan outcome kesejahteraan, selaras dengan jalur inovasi-usaha-kesejahteraan (Hassan et al., 2021).

Di Indonesia, bukti empiris menunjukkan kontribusi zakat terhadap kesejahteraan sosial-ekonomi dan penurunan kemiskinan ((Majid & Widiastuti, n.d.). Tinjauan sistematis menunjukkan praktik manajemen inovasi berkaitan erat dengan kinerja dan ketahanan usaha (Juracka et al., 2024). Pada berbagai konteks, strategi dan kapabilitas inovasi berasosiasi positif dengan performa finansial UKM (Quintero Sepúlveda & Zúñiga Collazos, 2025). Analisis terbaru mengaitkan kapabilitas inovasi dengan keberlanjutan UMKM, menguatkan perlunya penguatan inovasi dalam program zakat produktif (Kalathingal & Ambrammal, 2025). Kombinasi pembiayaan mikro dan pelatihan bisnis berkontribusi pada pemberdayaan terutama bagi wirausaha perempuan yang berdampak pada pengurangan kemiskinan (Knox et al., 2025).

Motivasi Kewirausahaan Islami

Motivasi kewirausahaan Islami menata komitmen dan perilaku usaha melalui Islamic Work Ethic yang memaknai kerja sebagai ibadah sekaligus amanah sosial (Ali & Al-Owaidan, 2008a). Secara empiris, etika kerja Islami berkorelasi positif dengan kepuasan dan komitmen, menumbuhkan konsistensi dalam pengelolaan usaha (Yousef, 2001). Iklim nilai tersebut juga memupuk sikap positif terhadap perubahan, sehingga pelaku usaha lebih tangguh beradaptasi tanpa mengorbankan integritas (Yousef, 2001). Kerangka etika bisnis Islam menekankan keadilan, kejujuran, dan ihsan di atas orientasi laba semata, yang menjadi kompas moral bagi pengambilan keputusan (Beekun & Badawi, 2005). Validasi lintas budaya menunjukkan bahwa nilai kerja Islami ketekunan, amanah, tolong-menolong berkait dengan performa dan perilaku prososial (Ali & Al-Owaidan, 2008). Dalam perspektif pemasaran, akuntabilitas kepada Tuhan dan masyarakat membentuk standar etika yang memandu pilihan kewirausahaan (Saeed et al., 2001). Di pasar modern, religiositas dan isyarat kepatuhan syariah bertindak sebagai mekanisme reputasi yang memengaruhi respons konsumen (Wilson & Liu, 2011).

Niat membeli produk halal dipicu sikap dan norma subjektif yang memberi insentif ekonomi bagi pelaku usaha yang menjaga nilai (Lada et al., 2009). Kepercayaan dan religiositas mendorong pilihan produk halal, menguatkan manfaat strategis konsistensi kepatuhan syariah (Shah Alam & Mohamed Sayuti, 2011). Pada konteks Arab, etika kerja Islami terkait dengan kesejahteraan dan perilaku etis, merekatkan motivasi spiritual dengan kinerja (Tlaiss, 2015). Di Malaysia, internalisasi etika kerja Islami berasosiasi dengan komitmen dan kinerja, relevan bagi penguatan kapasitas mustahiq (Hayati & Caniago, 2012). Secara lebih luas, literatur kewirausahaan Islam menegaskan peran nilai agama dalam membentuk orientasi, strategi, dan keberlanjutan usaha. Dari sisi perilaku konsumen, kerangka pemasaran Islami menunjukkan bahwa sensitivitas nilai memberi daya ungkit bagi wirausaha yang menegakkan kepatuhan (El-Bassiouny, 2014).

Kompetensi Kewirausahaan

Kompetensi kewirausahaan menentukan apakah dukungan zakat produktif benar-benar terkonversi menjadi kesejahteraan mustahiq yang berkelanjutan (Herianingrum et al., 2024). Secara konseptual, kompetensi meliputi dimensi manajerial, fungsional, dan personal yang menopang pengambilan keputusan dan adaptasi usaha (Mitchellmore & Rowley, 2010). Meta-analisis menunjukkan bahwa modal manusia pendidikan, pengalaman, dan pelatihan berkorelasi positif dengan keberhasilan wirausaha (Unger et al., 2011). Pada level perilaku, kompetensi yang kuat berasosiasi dengan kinerja UKM

yang lebih tinggi di berbagai konteks negara. Bukti lintas negara menegaskan bahwa pelatihan bisnis meningkatkan praktik manajemen dan hasil usaha mikro (McKenzie & Woodruff, 2014). Eksperimen lapangan menunjukkan bahwa perbaikan praktik manajemen menghasilkan lonjakan produktivitas dan profit (Bloom et al., 2011).

Di sektor negara berkembang, paket pelatihan dan konsultasi terbukti mendorong pertumbuhan penjualan dan penyerapan tenaga kerja (Bruhn et al., 2018). Pada UMKM manufaktur, kompetensi wirausaha berperan dalam menerjemahkan orientasi pasar menjadi keunggulan bersaing (Tehseen & Ramayah, 2015). Pelatihan kewirausahaan terbukti meningkatkan niat, keterampilan, dan kinerja melalui pembentukan modal manusia wirausaha (Martin et al., 2013). Produktivitas usaha mikro di Afrika meningkat saat pelaku memperoleh pelatihan teknis dan manajerial yang relevan (Mano et al., 2011). Perbaikan literasi dan aturan praktis keuangan membantu pelaku mikro mengelola arus kas dan investasi sederhana (Drexler et al., 2014). Implikasinya, program zakat perlu mengintegrasikan penguatan kompetensi bukan sekadar permodalan agar transformasi mustahiq menuju kemandirian lebih mungkin tercapai.

Kesuksesan Bisnis Islami

Kesuksesan bisnis Islam tidak hanya diukur dari profitabilitas, tetapi juga dari kepatuhan syariah dan kontribusi pada kesejahteraan sosial, sejalan dengan visi pembangunan berbasis maqāsid . Dalam program zakat produktif, keberhasilan bisnis menjadi penentu kemandirian mustahiq serta peningkatan kualitas hidup yang terukur (Widiastuti et al., 2021). Keberhasilan tersebut berfungsi sebagai tahap transformatif: mustahiq yang mampu mempertahankan dan mengembangkan usaha berpeluang beralih menjadi muzakki sehingga terbentuk siklus redistribusi berkelanjutan (Asutay, 2012). Secara etik, bisnis yang sukses dalam perspektif Islam wajib beroperasi adil, jujur, dan ihsan, bukan sekadar mengejar laba jangka pendek (Beekun & Badawi, 2005). Dimensi keberhasilan karenanya meliputi stabilitas finansial, kepatuhan syariah, dan manfaat sosial yang selaras dengan maqāsid al-sharī‘ah (Dusuki & Bouheraoua, n.d.).

Pada level institusional, kepatuhan dan identitas etis memperkuat kepercayaan serta reputasi, yang berdampak pada performa jangka panjang (Haniffa & Hudaib, 2007). Dalam kerangka pemberdayaan, keberhasilan bisnis Islam dapat bertindak sebagai variabel mediasi yang menyalurkan pengaruh inovasi dan kompetensi terhadap kesejahteraan mustahiq (Tehseen & Ramayah, 2015). Pengukuran kesejahteraan yang menggabungkan dimensi material dan spiritual membantu mengevaluasi apakah keberhasilan bisnis benar-benar meningkatkan falah keluarga (Beik & Arsyianti, 2016). Di tingkat kebijakan, integrasi nilai maṣlaḥah memastikan bahwa tujuan ekonomi usaha tetap beriringan dengan kemaslahatan publik (Furqani et al., 2018). Paradigma sukses yang holistik menegaskan bahwa program zakat perlu memadukan penguatan kapabilitas dengan tata kelola syariah agar hasilnya berkelanjutan (Muttaqien et al., 2022).

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis hubungan antara inovasi produk, kesuksesan bisnis Islam, dan kesejahteraan mustahiq penerima zakat produktif. Pemilihan metode kuantitatif didasarkan pada tujuan penelitian, yaitu menguji secara empiris pengaruh variabel-variabel serta peran mediasi dengan menggunakan instrumen statistik. Pendekatan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menekankan pentingnya analisis kuantitatif dalam memahami efektivitas program zakat produktif (Simbolon & Afdawaiza, 2023).

Lokasi penelitian difokuskan pada program pemberdayaan zakat produktif yang dikelola oleh BAZNAS, dengan mustahiq sebagai responden penelitian.

Populasi penelitian adalah seluruh mustahiq penerima program zakat produktif di wilayah penelitian. Karena keterbatasan sumber daya, penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria responden adalah mustahiq yang telah menjalankan usaha produktif minimal satu tahun sejak menerima bantuan zakat. Penentuan jumlah sampel mengacu pada prinsip penelitian kuantitatif dengan model analisis Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Menurut (J. Hair & Alamer, 2022a), jumlah sampel minimum dalam PLS-SEM adalah 5–10 kali jumlah indikator dalam kuesioner, sehingga penelitian ini menetapkan ukuran sampel sebanyak 100 responden. Selain itu, pedoman PLS-SEM berbasis statistical power menunjukkan bahwa untuk mendeteksi koefisien jalur moderat (sekitar 0,21–0,30) hingga signifikan ($p < 0,05$), ukuran sampel sekitar 69–100 umumnya sudah memadai; sehingga 100 responden pada penelitian ini layak untuk pengujian model dan efek mediasi (J. F. Hair et al., 2014).

Variabel penelitian terdiri dari tiga konstruk utama. Pertama, inovasi produk sebagai variabel independen, yang didefinisikan sebagai kemampuan mustahiq dalam menciptakan, mengembangkan, dan memodifikasi produk sesuai kebutuhan pasar (Simbolon & Afdawaiza, 2023). Kedua, kesuksesan bisnis Islam sebagai variabel mediasi, mencakup indikator keberhasilan usaha berdasarkan prinsip syariah seperti keberkahan, keadilan, dan keberlanjutan. Ketiga, kesejahteraan mustahiq sebagai variabel dependen, yang diukur melalui peningkatan pendapatan, kemandirian ekonomi, dan kualitas hidup (Herianingrum et al., 2024).

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
X1- Inovasi Produk (Variabel Independen):	Mustahiq dapat mengembangkan ide baru serta memodifikasi atau menyesuaikan produk mereka agar sesuai dengan kebutuhan pasar.	- Mengembangkan produk baru - Mengubah dan memperbaiki produk yang sudah ada - Menyesuaikan produk dengan kebutuhan konsumen - Menggunakan teknologi sederhana - Menerapkan kreativitas dalam proses inovasi (Mawardi et al., 2023)
X2 - Motivasi Kewirausahaan Islami (Variabel Independen):	Kekuatan internal dan eksternal mendorong mustahiq untuk menjalankan usaha berdasarkan nilai-nilai Islami.	- Keinginan untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga - Niat menjalankan usaha sebagai bentuk ibadah - Keinginan menciptakan manfaat sosial bagi masyarakat - Kesadaran akan pentingnya menjalankan usaha sesuai prinsip halal (Schultz, 1972; Mawardi et al., 2023)
X3- Kompetensi Kewirausahaan (Variabel Independen)	Mustahiq memiliki kemampuan dan keterampilan untuk mengelola usaha secara efektif, baik dari segi teknis maupun manajerial, serta sesuai dengan etika syariah.	- Kemampuan untuk memahami permintaan pasar. - Manajemen sumber daya secara optimal - Pemanfaatan peluang bisnis yang tersedia. - Menerapkan nilai-nilai etika saat menjalankan bisnis Islami (Rahman & Ahmad, 2011)

Y - Kesejahteraan Mustahiq	Tingkat kesejahteraan yang dicapai oleh mustahiq penerima zakat produktif mencakup beberapa aspek.	- Kemampuan untuk mencapai kemandirian finansial. - Peningkatan kualitas hidup secara keseluruhan (Musa, 2020)
-----------------------------------	--	--

Sumber: Penulis (2025)

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner terstruktur yang disebarakan kepada responden. Instrumen penelitian dirancang menggunakan skala Likert 1-5, dimana 1 sangat tidak setuju hingga 5 sangat setuju. Validitas dan reliabilitas instrumen diuji melalui uji validitas konstruk serta reliabilitas dengan mengacu pada Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (Hair & Alamer, 2022). Selain data primer, penelitian ini juga menggunakan data sekunder berupa laporan resmi dan publikasi BAZNAS terkait zakat produktif dan pemberdayaan ekonomi mustahiq (Herianingrum et al., 2024).

Analisis data dilakukan dengan pendekatan Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Alat analisis ini dipilih karena sesuai untuk menguji hubungan kompleks antarvariabel dengan ukuran sampel relatif terbatas (Albaity & Rahman, 2019). Pengolahan data dilakukan menggunakan SmartPLS, yang meliputi pengujian model pengukuran (*outer model*) untuk menilai validitas dan reliabilitas konstruk, serta model struktural (*inner model*) untuk menguji hipotesis penelitian (Mokodenseho et al., 2024).

Penelitian ini melibatkan 100 mustahiq penerima zakat produktif yang menjalankan usaha mikro. Data dikumpulkan melalui kuesioner purposif, dengan mempertimbangkan keterlibatan responden dalam aktivitas usaha berbasis zakat serta pemahaman mereka terhadap prinsip-prinsip bisnis Islami. Karakteristik responden meliputi jenis kelamin, kelompok usia, tingkat pendidikan tertinggi, jenis pekerjaan, dan pendapatan bulanan.

Table 2. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	55	55.0%
	Perempuan	45	45.0%
Kelompok Usia	30–39 tahun	35	35.0%
	40–49 tahun	40	40.0%
	50–59 tahun	25	25.0%
Tingkat Pendidikan	SMP (Sekolah Menengah Pertama)	30	30.0%
	SMA (Sekolah Menengah Atas)	70	70.0%
Pekerjaan	Wirausahawan Mikro	60	60.0%
	Pekerja Informal (buruh, pedagang kecil, jasa lepas)	25	25.0%
	Lainnya (Ibu Rumah Tangga, Pengangguran)	15	15.0%
Pendapatan Bulanan	< Rp1,000,000	65	65.0%
	Rp1,000,000 – Rp1,500,000	35	35.0%

Sumber :Penulis 2025

Karakteristik responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa, dari segi jenis kelamin, mayoritas adalah laki-laki dengan persentase 55 persen, sedangkan responden perempuan berjumlah 45 persen. Komposisi ini mengindikasikan bahwa laki-laki lebih dominan dalam mengelola aktivitas usaha mikro di kalangan penerima zakat, meskipun perempuan juga berperan penting. Kontribusi perempuan sebagai wirausahawan skala kecil atau pekerja informal sangat berarti dalam mendukung perekonomian rumah tangga, sehingga zakat produktif dapat berfungsi ganda: meningkatkan kesejahteraan sekaligus

memperkuat partisipasi perempuan dalam aktivitas ekonomi. Temuan ini sejalan dengan profil mustahiq, di mana anggota keluarga sering terlibat bersama-sama dalam menjalankan usaha mikro.

Terkait usia, responden berada dalam rentang usia produktif 30–59 tahun, dengan distribusi tertinggi pada kelompok usia 40–49 tahun sebesar 40 persen. Hal ini menunjukkan bahwa penerima zakat produktif umumnya merupakan individu yang masih aktif dalam dunia kerja dan memikul tanggung jawab besar terhadap keberlangsungan ekonomi rumah tangga. Dengan berada pada usia produktif, responden lebih mungkin memiliki stabilitas fisik, emosional, serta pengalaman yang diperlukan untuk mengembangkan usaha mikro maupun pekerjaan informal. Oleh karena itu, intervensi zakat produktif akan lebih efektif jika difokuskan pada kelompok usia ini, karena mereka memiliki kapasitas untuk berinovasi, bekerja tekun, dan mempertahankan pertumbuhan usaha dalam jangka panjang.

Dari sisi pendidikan, sebagian besar responden telah menyelesaikan pendidikan menengah, dengan 30 persen berijazah SMP dan 70 persen lulusan SMA. Hal ini mencerminkan tingkat pendidikan formal mustahiq penerima zakat produktif yang relatif terbatas. Keterbatasan pendidikan tersebut berimplikasi pada minimnya keterampilan manajerial dan teknis, sehingga menegaskan pentingnya pelatihan serta pendampingan dari lembaga zakat. Dari segi pekerjaan, mayoritas responden adalah wirausahawan mikro sebesar 60 persen, diikuti oleh pekerja informal sebesar 25 persen, serta kelompok lainnya seperti ibu rumah tangga atau pengangguran sebesar 15 persen. Selain itu, tingkat pendapatan bulanan responden secara umum sangat rendah, dengan 65 persen berpenghasilan kurang dari Rp1.000.000. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa responden termasuk dalam kelompok rentan yang paling membutuhkan dukungan zakat produktif. Dengan kondisi pendapatan yang rendah dan akses modal yang terbatas, zakat produktif diharapkan mampu menjadi instrumen pemberdayaan untuk meningkatkan kesejahteraan mustahiq secara berkelanjutan. Dengan demikian, konseptual ini kemudian divisualisasikan dalam kerangka penelitian berikut:

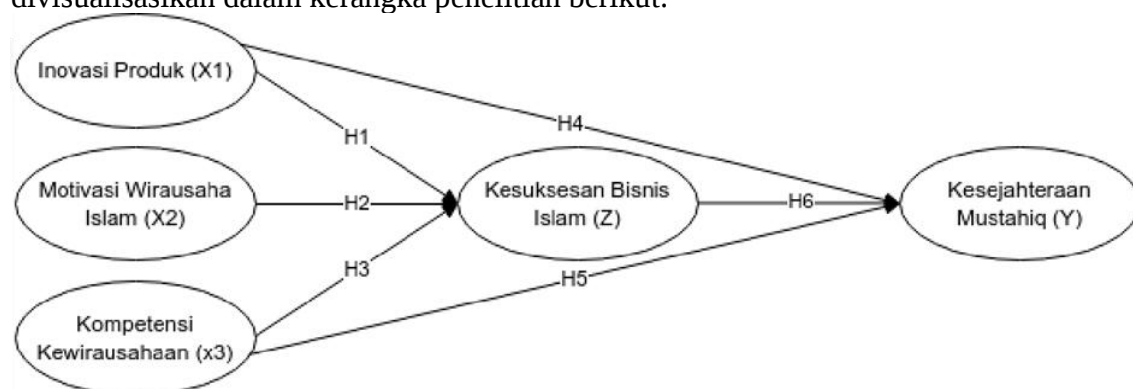


Figure 1. Research Conceptual Framework

Sumber :Penulis 2025

Kerangka penelitian yang digunakan tidak hanya bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel secara empiris, tetapi juga berkontribusi pada konseptualisasi pemahaman mekanisme bagaimana produk inovatif dapat memengaruhi kesejahteraan mustahik melalui keberhasilan bisnis Islam. Dengan memasukkan variabel mediasi ini, penelitian ini diharapkan dapat mengatasi literatur sebelumnya yang cenderung hanya menyoroti pengaruh langsung inovasi terhadap kesejahteraan, tanpa mempertimbangkan dimensi keberhasilan bisnis sesuai prinsip syariah. Oleh karena itu, model ini diharapkan dapat

memperkaya kajian akademis di bidang ekonomi Islam sekaligus memberikan landasan praktis bagi lembaga zakat dalam merancang program pemberdayaan yang lebih berkelanjutan yang berfokus pada pencapaian kesejahteraan mustahik secara holistik.

4. Hasil dan Pembahasan

Bagian ini menyajikan analisis statistik yang dilakukan untuk menguji kelayakan model serta hubungan antarvariabel dalam penelitian. Metode yang digunakan adalah Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM). Pemilihan metode ini didasarkan pada kemampuannya dalam menangani model yang kompleks dengan ukuran sampel moderat, serta penggunaannya yang luas dalam penelitian mengenai pemberdayaan zakat dan kesejahteraan mustahiq. Selain itu, PLS-SEM dinilai sesuai untuk penelitian yang menekankan pada aspek prediksi dan pengujian efek mediasi, khususnya dalam kajian bisnis Islam dan kesejahteraan (Santoso et al., 2024).

Analisis dimulai dengan pengujian validitas dan reliabilitas indikator untuk setiap konstruk, dilanjutkan dengan pengujian validitas diskriminan serta multikolinearitas antarindikator. Selanjutnya dilakukan uji hipotesis untuk mengetahui hubungan antarvariabel dalam model, serta evaluasi nilai R^2 , Q^2 , dan f^2 guna mengukur kekuatan prediktif dan pengaruh masing-masing konstruk. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh indikator memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, hubungan antarvariabel signifikan, serta model memiliki kemampuan prediktif yang memadai. Dengan demikian, model ini dianggap sesuai untuk menjelaskan bagaimana inovasi produk, kompetensi kewirausahaan, dan motivasi Islami memengaruhi kesuksesan bisnis Islam serta kesejahteraan mustahiq. (Mohamed Esa et al., 2025)

Berdasarkan hasil analisis outer loading, seluruh indikator dalam penelitian ini memiliki nilai di atas 0,70, yang menunjukkan validitas konvergen yang baik. Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan layak untuk merefleksikan konstruk masing-masing secara valid.

Tabel 3. Outer Loading

Indicator	Outer Loading	Composite Reliability	Cronbach's Alpha	AVE
Product Innovation (X1)		0,88	0,83	0,595
X11	0,953			
X12	0,88			
X13	0,867			
X14	0,811			
X15	0,863			
Entrepreneurial Competence (X2)		0,891	0,853	0,622
X21	0,825			
X22	0,798			
X23	0,768			
X24	0,749			
X25	0,749			
Islamic Motivation (X3)		0,883	0,845	0,603
X31	0,864			
X32	0,798			
X33	0,768			
X34	0,749			
X35	0,749			
Islamic Business Success (Y)		0,884	0,837	0,605
Y1	0,765			

Y2	0,715			
Y3	0,827			
Welfare of Mustahiq (Z)		0,823	0,713	0,612
Z1	0,758			
Z2	0,864			
Z3	0,809			
Z4	0,962			
Z5	0,737			

Sumber :Penulis 2025

Berdasarkan analisis nilai Average Variance Extracted (AVE), seluruh konstruk dalam model memiliki nilai di atas batas minimum 0,50, yang menunjukkan validitas konvergen yang memadai. Begitu juga dalam reliabilitas konstruk dalam penelitian ini dievaluasi menggunakan dua ukuran utama, yaitu Composite Reliability (CR) dan Cronbach's Alpha. Kedua ukuran ini digunakan untuk menilai konsistensi internal dari indikator-indikator yang mengukur setiap konstruk laten. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh konstruk menunjukkan nilai CR di atas 0,80 dan nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,70, sehingga seluruh konstruk dapat dinyatakan reliabel. Dengan demikian, seluruh indikator dalam model terbukti konsisten dalam mengukur konstruk masing-masing, dan model pengukuran dinyatakan layak untuk dilanjutkan ke tahap analisis struktural.

Validitas diskriminan dalam penelitian ini diuji menggunakan metode Fornell-Larcker Criterion, yang membandingkan akar kuadrat dari nilai AVE (Average Variance Extracted) setiap konstruk dengan korelasinya terhadap konstruk lain. Berdasarkan tabel, seluruh nilai diagonal seperti X1 (0,772), X2 (0,789), X3 (0,778), Y (0,778), dan Z (0,782) lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi antar konstruk dalam baris atau kolom yang sama. Sebagai contoh, nilai 0,772 pada konstruk X1 lebih besar dibandingkan korelasinya dengan X2 (0,028), X3 (0,097), Y (0,228), dan Z (0,043). Hal ini menunjukkan bahwa setiap konstruk dalam model mampu membedakan dirinya dari konstruk lain, yang berarti indikator-indikator lebih kuat dalam menjelaskan konstruknya masing-masing. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa validitas diskriminan telah terpenuhi, dan model pengukuran dinyatakan layak untuk dilanjutkan pada tahap analisis struktural berikutnya.

Tabel 4. Fornell Larcker

Construct	X1	X2	X3	Y	Z
X1	0,772				
X2	0,028	0,789			
X3	0,097	0,256	0,778		
Y	0,228	-0,008	0,124	0,778	
Z	0,043	0,134	0,064	0,084	0,782

Sumber :Penulis 2025

Analisis multikolinearitas dilakukan dengan memeriksa nilai Variance Inflation Factor (VIF) pada setiap indikator. VIF digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya korelasi tinggi antarindikator dalam satu konstruk yang dapat mengganggu stabilitas model. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh indikator menunjukkan nilai VIF berkisar antara 1,325 hingga 2,109, yang masih berada di bawah ambang batas umum 5,0 (bahkan dengan standar yang lebih konservatif: <3,3). Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas antarindikator pada konstruk X1 hingga Z, sehingga masing-masing indikator dapat dianggap independen dan tidak saling mendistorsi dalam menjelaskan konstruk yang diukur. Dengan demikian, model pengukuran dalam

penelitian ini dapat dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas dan siap digunakan pada tahap analisis struktural selanjutnya.

Tabel 5. Average Variance Extracted

Indicator	VIF
X11–X15	1.667– 1.787
X21–X25	1.791– 2.029
X31–X35	1.660– 1.995
Y1–Y3	1.325–1.893
Z1–Z5	1.454–2.109

Sumber :Penulis 2025

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa seluruh hubungan antarvariabel dalam model bersifat signifikan secara statistik, yang ditunjukkan dengan nilai $p\text{-value} < 0,05$. Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap Kesuksesan Bisnis Islam ($\beta = 0,204$; $p = 0,043$), demikian pula Kompetensi Kewirausahaan, yang menunjukkan pengaruh paling kuat terhadap Kesuksesan Bisnis Islam ($\beta = 0,258$; $p = 0,006$). Meskipun nilai $t\text{-statistik}$ Motivasi Islami terhadap Kesuksesan Bisnis Islam relatif rendah (1,08), hubungan tersebut tetap signifikan pada ambang $p = 0,05$. Selanjutnya, Inovasi Produk juga berkontribusi dalam meningkatkan Kesejahteraan Mustahiq ($\beta = 0,168$; $p = 0,043$), begitu pula dengan Kesuksesan Bisnis Islam ($\beta = 0,25$; $p = 0,022$) dan Motivasi Islami ($\beta = 0,244$; $p = 0,006$), yang keduanya memberikan pengaruh positif signifikan terhadap kesejahteraan tersebut. Secara keseluruhan, hasil ini mengindikasikan bahwa setiap variabel independen dalam model berkontribusi signifikan terhadap variabel dependen yang diukur, sehingga mendukung kelayakan model struktural yang dikembangkan.

Tabel 6. Path Coefficients

Connection	Koefisien (β)	t-Statistik	p-Value	Keterangan
Product Innovation → Islamic Business Success	0,204	1,722	0,043	Significant
Entrepreneurship Competence→ Islamic Business Success	0,258	2,547	0,006	Significant
Islamic Motivation → Islamic Business Success	0,154	1,08	0,05	Significant
Product Innovation → Welfare of Mustahiq	0,168	1,722	0,043	Significant
Islamic Business Success → Welfare of Mustahiq	0,25	2,011	0,022	Significant
Islamic Motivation → Welfare of Mustahiq	0,244	2,547	0,006	Significant

Sumber :Penulis 2025

Koefisien determinasi (R^2) mengukur sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen dalam model. Berdasarkan hasil pengujian, variabel Kesuksesan Bisnis Islam memiliki nilai R^2 sebesar 0,381, yang termasuk dalam kategori sedang. Artinya, sebesar 38,1% variasi dalam kesuksesan bisnis Islam dapat dijelaskan oleh variabel seperti inovasi produk, kompetensi kewirausahaan, dan motivasi Islami. Sementara itu, variabel Kesejahteraan Mustahiq menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,476, yang termasuk dalam kategori sedang hingga kuat. Hal ini mengindikasikan bahwa hampir 48% perubahan dalam kesejahteraan mustahiq dapat dijelaskan oleh variabel-variabel dalam model. Hasil ini menunjukkan bahwa model struktural yang digunakan

memiliki kemampuan prediksi yang cukup baik dan layak untuk dilakukan analisis lebih lanjut.

Tabel 7. R-Square (R^2) Coefficient Values)

Endogenous Variables	R^2	Interpretation
Islamic Business Success	0,381	Moderate
Welfare of Mustahiq	0,476	Moderate–Strong

Sumber :Penulis 2025

Dengan menggunakan teknik blindfolding, nilai Q^2 digunakan untuk menilai kemampuan prediktif model terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kesejahteraan Mustahiq memiliki nilai Q^2 sebesar 0,297, yang menunjukkan adanya daya prediksi yang baik. Menurut Hair et al. (2021), nilai Q^2 di atas 0 menandakan bahwa model memiliki relevansi prediktif, dan nilai yang mendekati 0,30 dikategorikan sebagai sedang. Oleh karena itu, model ini tidak hanya mampu menjelaskan hubungan antar variabel secara struktural, tetapi juga efektif dalam memprediksi perubahan kesejahteraan mustahiq berdasarkan variabel-variabel yang dianalisis.

Tabel 8. Predictive Relevance (Q^2)

Endogenous Variables	Q^2	Interpretation
Welfare of Mustahiq	0,297	Have predictive relevance

Sumber :Penulis 2025

Uji efektivitas kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dilakukan dengan melihat nilai f^2 (effect size). Nilai ini menunjukkan seberapa besar pengaruh suatu konstruk terhadap variabel endogen jika konstruk tersebut dihapus dari model. Hasil pengujian menunjukkan bahwa sebagian besar hubungan memiliki efek yang relatif kecil, seperti hubungan antara Inovasi Produk dan Kesejahteraan Mustahiq ($f^2 = 0,035$), Kompetensi Kewirausahaan dan Kesuksesan Bisnis Islam ($f^2 = 0,046$), serta Motivasi Islami dan Kesuksesan Bisnis Islam ($f^2 = 0,027$). Sementara itu, hanya hubungan antara Kesuksesan Bisnis Islam dan Kesejahteraan Mustahiq yang menunjukkan efek sedang dengan nilai f^2 sebesar 0,063. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun seluruh variabel memiliki pengaruh signifikan, kekuatan pengaruh individual masing-masing terhadap variabel target masih terbatas dan cenderung kecil, kecuali pada satu jalur hubungan yang memiliki pengaruh lebih besar.

Tabel 9. Effect Size (f^2)

Connection	f^2	Interpretation
Product Innovation → Welfare Mustahiq	0,035	Small
Entrepreneurial Competence → Islamic business success	0,046	Small
Islamic Motivation → Islamic business success	0,027	Small
Islamic business success → Welfare Mustahiq	0,063	Moderate

Sumber :Penulis 2025

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk, kompetensi kewirausahaan, dan motivasi Islami secara signifikan memengaruhi kesuksesan bisnis Islam dan kesejahteraan mustahiq (penerima zakat). Temuan ini memperkuat pandangan Simbolon & Afdawaiza (2023) bahwa inovasi merupakan elemen strategis dalam meningkatkan daya saing usaha mikro penerima zakat. Dalam praktiknya, inovasi tidak hanya berarti menciptakan produk baru, tetapi juga menyesuaikan produk yang ada dengan kebutuhan

pasar, mempercepat proses produksi, atau meningkatkan kualitas layanan, yang semuanya berdampak pada peningkatan pendapatan dan keberlanjutan usaha. Selain inovasi, kompetensi kewirausahaan juga terbukti menjadi faktor krusial dalam mendukung kesuksesan bisnis. Kompetensi ini mencakup keterampilan manajerial, teknis, dan sosial yang memungkinkan mustahiq mengelola usaha secara efisien sesuai prinsip syariah. Peningkatan kompetensi ini membantu mereka memahami perilaku konsumen, mengembangkan strategi bisnis, serta mengambil keputusan yang tepat dalam menghadapi risiko usaha. Hasil ini sejalan dengan temuan Santoso et al. (2024) yang menekankan pentingnya penguatan kapasitas pelaku usaha berbasis nilai-nilai Islami untuk mendorong pertumbuhan ekonomi mustahiq secara berkelanjutan.

Sementara itu, motivasi Islami terbukti berperan signifikan dalam mendorong kinerja bisnis. Motivasi yang berlandaskan spiritual, seperti niat menjadikan bisnis sebagai sarana ibadah, mendorong pengusaha untuk menjaga kejujuran, mencari keberkahan rezeki, dan mematuhi prinsip halal dan thayyib dalam menjalankan usaha. Dengan motivasi yang kuat berdasarkan nilai-nilai agama, pengusaha mampu bertahan menghadapi tantangan dan tetap fokus untuk mencapai kesuksesan secara menyeluruh. Penelitian ini juga menemukan bahwa kesuksesan bisnis Islami berperan penting sebagai mediator dalam hubungan antara inovasi dan kesejahteraan mustahiq (penerima zakat). Konsep ini mengacu pada kesuksesan bisnis tidak hanya dari perspektif ekonomi, tetapi juga dari kepatuhannya terhadap prinsip-prinsip syariah serta kontribusinya terhadap kesejahteraan sosial. Ketika bisnis dijalankan sesuai prinsip Islami dan mencapai stabilitas keuangan, mustahiq dapat meraih kemandirian ekonomi, meningkatkan kualitas hidup, bahkan bertransformasi menjadi muzakki (pembayar zakat). Hal ini sejalan dengan temuan Mohamed Esa et al. (2025), yang menekankan bahwa keberhasilan program zakat produktif harus dilihat dalam kerangka maqasid syariah agar berdampak jangka panjang terhadap kesejahteraan mustahiq.

Namun, meskipun seluruh hubungan antarvariabel dalam model signifikan secara statistik, nilai *effect size* (f^2) tergolong kecil, kecuali pada hubungan antara kesuksesan bisnis dan kesejahteraan mustahiq, yang memiliki efek sedang. Meski demikian, koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,476 dan nilai prediktif Q^2 sebesar 0,297 tetap menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi sedang dan layak digunakan. Hasil penelitian ini menekankan pentingnya pendekatan integratif dalam pemberdayaan ekonomi mustahiq. Dukungan modal saja tidak cukup; pembangunan kapasitas, pelatihan, dan penguatan nilai-nilai Islami menjadi aspek penting yang harus diperhatikan oleh lembaga zakat. Seperti yang dikemukakan oleh Mokodenseho et al. (2024) dan Widiastuti et al. (2021), keberhasilan program zakat produktif sangat bergantung pada penguatan sumber daya manusia serta ekosistem pendukung yang terus menyertai mustahiq. Dengan mengintegrasikan inovasi, kompetensi, dan spiritualitas, program pemberdayaan akan mendorong transformasi ekonomi mustahiq secara komprehensif dan berkelanjutan.

5. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa inovasi produk, kompetensi kewirausahaan, dan motivasi Islami secara signifikan berkontribusi dalam meningkatkan kesuksesan bisnis Islami, yang pada gilirannya memediasi pengaruhnya terhadap kesejahteraan mustahiq. Inovasi mencakup pengenalan produk baru serta penyesuaian dan perbaikan produk yang sudah ada untuk merespons kebutuhan pasar, meningkatkan daya saing, dan memastikan keberlanjutan usaha mikro berbasis zakat. Kompetensi kewirausahaan memperkuat

kemampuan manajerial, teknis, dan pengambilan keputusan yang krusial dalam menjalankan usaha secara efektif. Sementara itu, motivasi Islami memberikan landasan spiritual dan etika yang membimbing pelaku usaha untuk menjunjung kejujuran, integritas, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Hasil penelitian lebih lanjut menunjukkan bahwa kesuksesan bisnis Islami berperan sebagai mediator sentral, menjembatani pengaruh inovasi dan kompetensi kewirausahaan terhadap hasil kesejahteraan. Usaha yang mencapai kestabilan finansial dan kepatuhan terhadap prinsip Islami memungkinkan mustahiq bergerak menuju kemandirian ekonomi, peningkatan kualitas hidup, dan pemberdayaan jangka panjang, bahkan berpotensi bertransformasi menjadi muzakki di masa depan. Temuan ini menekankan bahwa lembaga zakat perlu menerapkan strategi pemberdayaan holistik yang menggabungkan dukungan finansial, pembangunan kapasitas, dan bimbingan berbasis nilai untuk mendorong pembangunan berkelanjutan. Secara keseluruhan, penelitian ini memperkaya literatur tentang zakat produktif dengan menempatkan kesuksesan bisnis Islami sebagai mediator kunci dan memberikan implikasi praktis bagi organisasi pengelola zakat di Indonesia, di mana penguatan kapasitas inovasi, kompetensi kewirausahaan, dan motivasi Islami di kalangan mustahiq dapat mengubah program zakat produktif menjadi instrumen yang ampuh dalam mewujudkan maqasid al-syariah melalui peningkatan kesejahteraan yang berkelanjutan.

6. Referensi

- Abbas, A., Triani, N., Rayyani, W. O., & Muchran, M. (2023). Earnings growth, marketability and the role of Islamic financial literacy and inclusion in Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 14(7), 1088–1105. <https://doi.org/10.1108/JIABR-12-2021-0322>
- Ahmad, S., Lensink, R., & Mueller, A. (2020). The double bottom line of microfinance: A global comparison between conventional and Islamic microfinance. *World Development*, 136. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2020.105130>
- Albaity, M., & Rahman, M. (2019). The intention to use Islamic banking: an exploratory study to measure Islamic financial literacy. *International Journal of Emerging Markets*, 14(5), 988–1012. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-05-2018-0218>
- Ali, A. J., & Al-Owaidan, A. (2008a). Islamic work ethic: A critical review. In *Cross Cultural Management: An International Journal* (Vol. 15, Issue 1, pp. 5–19). <https://doi.org/10.1108/13527600810848791>
- Ali, A. J., & Al-Owaidan, A. (2008b). Islamic work ethic: A critical review. In *Cross Cultural Management: An International Journal* (Vol. 15, Issue 1, pp. 5–19). <https://doi.org/10.1108/13527600810848791>
- Asutay, M. (2012). Conceptualising and Locating the Social Failure of Islamic Finance: Aspirations of Islamic Moral Economy vs the Realities of Islamic Finance. In *Asian and African Area Studies* (Vol. 11, Issue 2).
- Beekun, R. I., & Badawi, J. A. (2005). Balancing ethical responsibility among multiple organizational stakeholders: The Islamic perspective. In *Journal of Business Ethics* (Vol. 60, Issue 2, pp. 131–145). <https://doi.org/10.1007/s10551-004-8204-5>
- Beik, I. S., & Arsyianti, L. D. (2016). Measuring Zakat Impact On Poverty And Welfare Using Cibest Model. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 1(2), 141–160. <https://doi.org/10.21098/jimf.v1i2.524>
- Bloom, N., Eifert, B., Mahajan, A., McKenzie, D., & Roberts, J. (2011). *Nber Working Paper Series Does Management Matter? Evidence From India Does Management*

- Matter? Evidence from India*. <http://www.nber.org/papers/w16658>
- Bruhn, M., Karlan, D., & Schoar, A. (2018). *The Impact of Consulting Services on Small and Medium Enterprises: Evidence from a Randomized Trial in Mexico*. <http://www.journals.uchicago.edu/t-and-c>
- Choiriyah, E. A. N., Kafi, A., Hikmah, I. F., & Indrawan, I. W. (2020). Zakat And Poverty Alleviation In Indonesia: A Panel Analysis At Provincial Level. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 6(4), 811–832. <https://doi.org/10.21098/jimf.v6i4.1122>
- Drexler, A., Fischer, G., & Schoar, A. (2014). Keeping it simple: Financial literacy and rules of thumb. *American Economic Journal: Applied Economics*, 6(2), 1–31. <https://doi.org/10.1257/app.6.2.1>
- Dusuki, A. W., & Bouheraoua, S. (n.d.). *The Framework Of Maqās. Id Al-Sharī'ah And Its Implication For Islamic Finance*.
- El-Bassiouny, N. (2014). The one-billion-plus marginalization: Toward a scholarly understanding of Islamic consumers. *Journal of Business Research*, 67(2), 42–49. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.03.010>
- Furqani, H., Mulyany, R., & Yunus, F. (2018). Zakat for Economic Empowerment (Analyzing the Models, Strategy and Implications of Zakat Productive Program in Baitul Mal Aceh and Baznas Indonesia). *IQTISHADIA*, 11(2), 391. <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v11i2.3973>
- Hair, J., & Alamer, A. (2022a). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3). <https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027>
- Hair, J., & Alamer, A. (2022b). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3). <https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027>
- Haniffa, R., & Hudaib, M. (2007). Exploring the ethical identity of Islamic Banks via communication in annual reports. *Journal of Business Ethics*, 76(1), 97–116. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9272-5>
- Hassan, M. K., Alshater, M. M., Hasan, R., & Bhuiyan, A. B. (2021). Islamic microfinance: A bibliometric review. *Global Finance Journal*, 49. <https://doi.org/10.1016/j.gfj.2021.100651>
- Hayati, K., & Caniago, I. (2012). Islamic Work Ethic: The Role of Intrinsic Motivation, Job Satisfaction, Organizational Commitment and Job Performance. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 65, 1102–1106. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.05.148>
- Juracka, D., Nagy, M., Valaskova, K., & Nica, E. (2024). A Meta-Analysis of Innovation Management in Scientific Research: Unveiling the Frontier. *Systems*, 12(4). <https://doi.org/10.3390/systems12040130>
- Kalathingal, S., & Ambrammal, S. K. (2025). Innovation capabilities and sustainability in MSMEs. An analysis of empirical studies. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*. <https://doi.org/10.1177/14657503241307141>
- Khaerul Muttaqien, M., Arief Mufraini, M., & Suherlan, A. (2022). How Does Zakat Institutions Contribute to the Business Success of Mustahiq? *Maliki Islamic Economics Journal (M-IEC Journal)*, 2(2).

- Knox, S., Gok, A., Aydogdu, E., Carter, S., Levie, J., & Shaw, E. (2025). Empowering women's entrepreneurship: an evidence synthesis of policy and practice in developing countries. *Entrepreneurship and Regional Development*. <https://doi.org/10.1080/08985626.2025.2503145>
- Lada, S., Harvey Tanakinjal, G., & Amin, H. (2009). Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(1), 66–76. <https://doi.org/10.1108/17538390910946276>
- Larios-Francia, R. P., & Ferasso, M. (2023). The relationship between innovation and performance in MSMEs: The case of the wearing apparel sector in emerging countries. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1). <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100018>
- Majid, R., & Widiastuti, T. (n.d.). The Impact of Zakat on Socio-Economic Welfare before COVID-19 Pandemic in Indonesia: A Quantitative Study. In *International Journal of Zakat* (Vol. 6, Issue 2).
- Man, T. W. Y., Lau, T., & Chan, K. F. (n.d.). *The competitiveness of small and medium enterprises A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies \$*.
- Mano, Y., Iddrisu, A., Yoshino, Y., & Sonobe, T. (2011). *How Can Micro and Small Enterprises in Sub-Saharan Africa Become More Productive? The Impacts of Experimental Basic Managerial Training*. <http://econ.worldbank>.
- Marinho, B. F. D., & Costa Melo, I. (2022). Fostering Innovative SMEs in a Developing Country: The ALI Program Experience. *Sustainability (Switzerland)*, 14(20). <https://doi.org/10.3390/su142013344>
- Martin, B. C., McNally, J. J., & Kay, M. J. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing*, 28(2), 211–224. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.03.002>
- McKenzie, D., & Woodruff, C. (2014). What are we learning from business training and entrepreneurship evaluations around the developing world? *World Bank Research Observer*, 29(1), 48–82. <https://doi.org/10.1093/wbro/lkt007>
- Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2010). Entrepreneurial competencies: a literature review and development agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16(2), 92–111. <https://doi.org/10.1108/13552551011026995>
- Mohamed Esa, M. S., Wahid, H., Yaacob, S. E., & Mohamad, A. H. H. (2025). Asnaf Development Outcome: A Systematic Literature Review and Logic Model Development. *SAGE Open*, 15(3). <https://doi.org/10.1177/21582440251357982>
- Mufidah. (n.d.). *The Impact of Zakat, Performance, and Size on The Unemployment in Indonesia*.
- Muhammad Nooraiman Zailani, Nurul Huda Mohd Satar, & Roza Hazli Zakaria. (2022). Maqasid Al-Shariah Based Index of Socio-Economic Development: A Literature Review. *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, 47–62. <https://doi.org/10.33102/jmifr.v19i1.409>
- Pepis, S., & de Jong, P. (2019). Effects of Shariah-compliant business practices on long-term financial performance. *Pacific Basin Finance Journal*, 53, 254–267. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2018.11.002>
- Quintero Sepúlveda, I. C., & Zúñiga Collazos, A. (2025). Innovation capabilities, innovation strategies and performance: an empirical analysis in SMEs. *Technology*

- Analysis and Strategic Management*, 37(1), 19–34.
<https://doi.org/10.1080/09537325.2023.2280523>
- Rosenbusch, N., Brinckmann, J., & Bausch, A. (2011). Is innovation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs. *Journal of Business Venturing*, 26(4), 441–457.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.12.002>
- Saeed, M., Ahmed, Z. U., & Mukhtar, S.-M. (2001). International Marketing Ethics from an Islamic Perspective: A Value-Maximization Approach. *Journal of Business Ethics*, 32(2), 127–142. <https://doi.org/10.1023/A:1010718817155>
- Sanchez, J. C. (n.d.). *The influence of entrepreneurial competencies on small firm performance*. <https://www.researchgate.net/publication/262477159>
- Santoso, I. R., Mallongi, S., Siradjuddin, & Paly, M. B. (2024). Mediating Effects Of Islamic Business Success On Productive Zakat And Mustahiq Welfare. *International Journal of Business and Society*, 25(1), 111–127.
<https://doi.org/10.33736/ijbs.6903.2024>
- Shah Alam, S., & Mohamed Sayuti, N. (2011). Applying the Theory of Planned Behavior (TPB) in halal food purchasing. *International Journal of Commerce and Management*, 21(1), 8–20. <https://doi.org/10.1108/10569211111111676>
- Simbolon, S. E. A., & Afdawaiza. (2023). Analysis of the Mediating Effect of Micro Business Growth on Productive Zakat Utilization, Information Technology, and Mustahiq's Welfare. *Global Review of Islamic Economics and Business*, 11(2), 051–071. <https://doi.org/10.14421/grieb.2023.112-05>
- Siregar, K. E., & Siregar, D. A. (n.d.). *The Role of Zakat in Social Welfare and Community Development: A Literature Review on the Contribution of Islamic Education*.
- Syed Ali, S. (n.d.). *Theory and Application Towards a Maqās. id al-Sharī ah Index of Socio-Economic Development*. <http://www.palgrave.com/gp/series/14618>
- Tehseen, S., & Ramayah, T. (2015). Entrepreneurial competencies and smes business success: The contingent role of external integration. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(1), 50–61. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n1p50>
- Tlaiss, H. A. (2015). How Islamic Business Ethics Impact Women Entrepreneurs: Insights from Four Arab Middle Eastern Countries. *Journal of Business Ethics*, 129(4), 859–877. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2138-3>
- Unger, J. M., Rauch, A., Frese, M., & Rosenbusch, N. (2011). Human capital and entrepreneurial success: A meta-analytical review. *Journal of Business Venturing*, 26(3), 341–358. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.09.004>
- Widiastuti, T., Auwalin, I., Rani, L. N., & Ubaidillah Al Mustofa, M. (2021). A mediating effect of business growth on zakat empowerment program and mustahiq's welfare. *Cogent Business and Management*, 8(1).
<https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1882039>
- Widiastuti, T., Prasetyo, A., Robani, A., Mawardi, I., Rosida, R., & Al Mustofa, M. U. (2022). Toward developing a sustainability index for the Islamic Social Finance program: An empirical investigation. *PLoS ONE*, 17(11 November).
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0276876>
- Wilson, J. A. J., & Liu, J. (2011). The challenges of Islamic branding: navigating emotions and halal. *Journal of Islamic Marketing*, 2(1), 28–42.
<https://doi.org/10.1108/17590831111115222>

- Yousef, D. A. (2001). Personnel Review 30,2 Islamic work ethic A moderator between organizational commitment and job satisfaction in a cross-cultural context. In *Personnel Review* (Vol. 30, Issue 2). # MCB University Press. <http://www.emerald.com/pr/article-pdf/30/2/152/2429194/00483480110380325.pdf>
- Zastempowski, M. (2022). What Shapes Innovation Capability in Micro-Enterprises? New-to-the-Market Product and Process Perspective. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(1). <https://doi.org/10.3390/joitmc8010059>