

**ANALISIS IMPLEMENTASI *BUSINESS MATCHING*  
TERHADAP PENINGKATAN DAYA SAING INDUSTRI  
BAGI PELAKU INDUSTRI KECIL MENENGAH  
(IKM) DI LAMPUNG DALAM PERSPEKTIF  
BISNIS ISLAM**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-  
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam Ilmu  
Ekonomi Dan Bisnis Islam

**OLEH**

**M.Andi Galib Rukmana**

**NPM : 2051040399**



**Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1446 H / 2024**

**ANALISIS IMPLEMENTASI *BUSINESS MATCHING*  
TERHADAP PENINGKATAN DAYA SAING INDUSTRI  
BAGI PELAKU INDUSTRI KECIL MENENGAH  
(IKM) DI LAMPUNG DALAM PERSPEKTIF  
BISNIS ISLAM**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-  
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam Ilmu  
Ekonomi Dan Bisnis Islam



**Pembimbing I : Fatih Fuadi, M.S.I**  
**Pembimbing II : Vicky F. Sanjaya, M.Sc**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1446 H / 2024**

## ABSTRAK

Daya saing industri sangat penting untuk keberhasilan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi bagaimana strategi *business matching* dapat meningkatkan daya saing industri bagi pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) di Provinsi Lampung. IKM di Lampung menghadapi berbagai tantangan seperti kekurangan modal, pengetahuan bisnis, serta akses ke pasar dan teknologi, sehingga diperlukan solusi yang efisien dan berkelanjutan. Menggabungkan strategi bisnis dengan pendekatan bisnis Islam yang menekankan etika dan keadilan diharapkan mampu mengatasi hambatan-hambatan ini dan meningkatkan kinerja serta daya saing IKM.

Rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana implementasi *business matching* dapat meningkatkan daya saing IKM di Provinsi Lampung, serta bagaimana implementasi tersebut dilihat dari perspektif bisnis Islam. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis implementasi *business matching* dalam meningkatkan daya saing IKM serta mengevaluasi kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip bisnis Islam. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi kasus dan penelitian lapangan. Data dikumpulkan melalui wawancara terstruktur, wawancara mendalam, dan observasi. Teknik analisis data melibatkan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara sistematis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi *business matching* secara signifikan meningkatkan daya saing IKM di Provinsi Lampung. Transparansi dalam proses *business matching* meningkatkan kepercayaan antara pelaku IKM dan mitra bisnis potensial, sementara kolaborasi yang berdasarkan prinsip keadilan dan kepedulian sosial mendorong peningkatan efisiensi dan inovasi. Implementasi *business matching* juga mendukung persaingan sehat dan inovasi beretika, sesuai dengan ajaran Al-Qur'an. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa integrasi nilai-nilai bisnis Islam dalam praktik *business matching* tidak hanya membawa keuntungan materi tetapi juga keberkahan dan kebaikan bagi semua pihak yang terlibat.

**Kata Kunci : *Business Matching*, Peningkatan Daya Saing, Bisnis Islam**

## **ABSTRACT**

*Industry competitiveness is crucial to success. The study aims to evaluate how business matching strategies can improve industry competitiveness for small and medium-sized enterprises (SMEs) in Lampung Province. IKMs in Lampung face challenges such as shortages of capital, business knowledge, as well as access to markets and technology, requiring efficient and sustainable solutions. Combining a business strategy with an Islamic business approach that emphasizes ethics and justice is expected to overcome these barriers and improve ICT performance and competitiveness.*

*The main problem raised in this study is how implementation of business matching can improve the competitiveness of ICTs in the Province of Lampung, as well as how such implementation is seen from the perspective of Islamic business. The research method used is a qualitative approach with case studies and field research. Data is collected through structured interviews, in-depth interviews and observations. Data analysis techniques involve data reduction, data presentation, and systematic conclusions.*

*Research results show that the implementation of business matching significantly improves the competitiveness of ICTs in the Province of Lampung. Transparency in the business matching process increases confidence between ICT actors and potential business partners, while collaboration based on the principles of fairness and social care drives increased efficiency and innovation. Implementation of business matching also supports healthy competition and ethical innovation, in line with the teachings of the Qur'an. Overall, this study confirms that the integration of Islamic business values into the practice of business matching not only brings material benefits but also prosperity and goodness for all parties involved.*

**Keyword :** *Business Matching, Increased Competitiveness, Islamic Business*



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

---

*Jln. Letkol. H. Endro Suratmin, Bandar Lampung Telp. 35131 (0721) 704030*

---

**SURAT PERNYATAAN**

**Saya Yang Bertanda Tangan Di Bawah Ini**

**Nama** : Muhamad Andi Galib Rukmana

**Npm** : 2051040399

**Jurusan / Prodi** : Manajemen Bisnis Syariah

**Fakultas** : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Implementasi *Business Matching* Terhadap Peningkatan Daya Saing Industri Bagi Pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) Di Provinsi Lampung Dalam Perspektif Bisnis Islam” adalah benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun sandaran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebutkan dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusunan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat di maklumi

Bandar Lampung 8 Agustus 2024

METERAI  
TEMPEL  
21ALX359117235

**Muhamad Andi Galib Rukmana**  
**NPM. 2051040399**



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung 35131.  
Telp. (0721) 703289

**PERSETUJUAN**

Judul : Analisis Implementasi *Business Matching*  
Terhadap Peningkatan Daya Saing Industri Bagi  
Pelaku Industri Kecil Menengah ( IKM ) Di  
Provinsi Lampung Dalam Perspektif  
Bisnis Islam


Nama : M. ANDI GALIB RUKMANA  
NPM : 2051040399  
Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam


**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam Sidang  
Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan  
Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Fatih Fuadi, M.S.I  
NIP. 198512192015031006

  
Vicky F. Sanjaya, M. Sc  
NIP. 199411122019031009

Mengetahui  
Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah

  
Dr. Ahmad Habibi, SE., M.F.  
NIP. 197905142003121003



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Letkol H. Indro, Suratnne Sakarame Bandar Lampung Telp (0721) 780887

**PENGESAHAN**

Skripsi Dengan Judul “Analisis Implementasi *Business Matching* Terhadap Peningkatan Daya Saing Industri Bagi Pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) Di Lampung Dalam Perspektif Bisnis Islam” Disusun Oleh M. Andi Galib Rukmana, NPM. 2051040399. Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Telah Di Ujikan Dalam Sidang Munaqosah Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Raden Intan Lampung Pada Hari/Tanggal: Rabu, 9 Oktober 2024.

**TIM PENGUJI**

**Ketua** : Femei Purnamasari, S.E., M.Si, Ph.D

**Serkertaris** : Adhe Rizky Mayasari, M.Pd

**Penguji I** : Liya Ermawati, S.E., M.S.Ak.

**Penguji II** : Fatih Fuadi, M.S.I

  
.....  
  
.....  
  
.....  
  
.....



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

**Prak. D. N. Purno, Suryanto, SE., M.M, Akt, CA**

1979009262008011008

## MOTTO

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلَى عِلْمِ الْغَيْبِ  
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ۝ ۱۰۵

*Dan katakanlah, “Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.” (QS. At-Taubah[9]: 105)*





## PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa Syukur kepada Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada saya, sehingga alhamdulillah saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang yang saya sayangi dan hormati. Sebagai bukti hormat dan kasih sayang kepada mereka, saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua saya bapak Rukma Jaya dan ibu Nina Qomariah, tiada kalimat yang paling pantas atas semua jasa kalian selain ucapan terimakasih, terimakasih selalu ada dalam hidup saya, terimakasih telah berjuang tanpa henti dalam mendukung anakmu, serta pengorbanan, cinta, do'a, motivasi, semangat dan nasihat kalian, kalian sangat berarti. Semoga Allah SWT selalu menjaga kalian dalam kebaikan dan kemudahan, hiduplah lebih lama lagi agar anakmu ini dapat mengandeng tangan kalian menuju ke baitullah Amin.
2. Kepada saudara kandung saya Aan Kurniawan, Muhamad Iing Tadzudin, Muhamad Ridwan Fadila, terimakasih atas segala do'a, usaha, perhatian dan kasih sayangnya serta selalu menjadi motivasi untuk adik terakhir ini.
3. Terakhir diri saya sendiri, M.Andi Galib Rukmana terimakasih sudah mampu bertahan dan berhasil mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah dirantau untuk mendapatkan gelar sarjana, semoga saya rendah hati, dan dapat terus berkembang karena ini baru awal dari semuanya.

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis Bernama Muhamad Andi Galib Rukmana lahir pada tanggal 16 mei 2002 di Bandar Lampung yang merupakan purta bungsu dari bapak Rukma Jaya dan ibu Nina Qomariah.

Riwayat pendidikan yang telah penulis selesaikan adalah:

1. Taman kanak-kanak PGRI sukaraja Tiga 2007
2. SD Negri 3 sukaraja Tiga 2008-2014
3. SMP Negri 2 LAMPUNG TIMUR 2014-2017
4. Pondok Pesantren Moderen Selamat 2 Batang 2017-2020
5. UIN Raden Intan Lampung pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Tahun Akademik 2019/2020



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT atas segala kemudahan, pertolongan, kasih sayang, serta anugerah yang tak terhingga kepada Penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, serta shalawat dan salam kepada Nabi besar Muhammad SAW, yang telah memberikan contoh akhlakul kharimah bagi seluruh muslim di seluruh penjuru dunia. Terwujudnya skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi dalam Program Manajemen Bisnis Syariah S1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, dengan judul “**Analisis Implementasi *Business Matching* Terhadap Peningkatan Daya Saing Industri Bagi Pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) Di Lampung Dalam Perspektif Bisnis Islam**”

Penulisan ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik petunjuk dan masukan secara langsung maupun tidak langsung, terutama di lingkungan Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan, mengingat keterbatasan penulis dalam hal pengetahuan, kemampuan, pengalaman dan juga waktu. Namun inilah terbaik yang dapat penulis lakukan dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan bagi penyempurnaan skripsi ini. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan skripsi ini. Terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Dr. Tulus Suryanto, M.M Akt., C.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung beserta Wakil Dekan I,II, dan III.
2. Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E selaku Ketua Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
3. Fatih Fuadi S.E., M.S.I dan Vicky F. Sanjaya, M.Sc, selaku dosen pembimbing I dan pembimbing II yang telah dengan sabar dan penuh perhatian meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, nasehat dan bantuannya dengan sangat baik kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak dan Ibu Dosen pengajar serta Staf Karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan

Lampung yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan membantu menyelesaikan segala kebutuhan administrasi selama menempuh pendidikan di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

5. Perpustakaan Pusat Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak menyediakan materi dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Teman-teman Seperjuangan angkatan 2020 khususnya Prodi Manajemen Bisnis Syariah kelas A yang telah bersama-sama berjuang, membantu arahan dan mendukung perjalanan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh narasumber yang telah membantu peneliti dalam melakukan penelitian, khususnya pelaku industri kecil menengah, Provinsi Lampung.
8. Semua pihak yang terlibat dan tidak dapat disebutkan satu per satu, penulis mengucapkan terima kasih atas doa dan dukungannya dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Hanya ucapan terimakasih dan doa yang dapat penulis berikan. Kritik dan saran selalu terbuka untuk menjadi kesempurnaan di masa yang akan datang. Sedikit harapan semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kepentingan pendidikan. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Bandar Lampung, 8 Agustus 2024

Muhamad Andi Galib Rukmana  
NPM. 2051040399

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN .....</b>	<b>v</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah .....	4
C. Fokus Dan Sub Fokus Penelitian .....	15
D. Rumusan Masalah.....	15
E. Tujuan Penelitian .....	15
F. Manfaat Penelitian .....	16
G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	16
H. Metode Penelitian .....	19
I. Sistematika Pembahasan.....	25
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>27</b>
A. Manajemen Strategik .....	27
1. Pengertian Manajemen Strategik.....	27
2. Tahap-tahap Manajemen Strategik .....	28
3. Manajemen Strategi Industri.....	30
B. Daya Saing .....	31
1. Pengertian Daya Saing.....	31
2. Daya Saing Industri .....	32
3. Faktor-Faktor Penentu Daya Saing.....	32
4. Strategi Unggul Bersaing.....	34

5.	Kekutan Persaingan Dalam Industri .....	37
6.	Indikator Daya Saing .....	41
7.	Daya Saing Dalam Islam .....	44
C.	Industri Kecil Menengah IKM.....	45
1.	Pengertian Industri Kecil Menengah .....	45
2.	Klasifikasi Industri.....	47
3.	Peran Peran Industri Kecil Menengah .....	50
4.	Industri Kecil Menengah IKM Dalam Sudut Pandang Islam.....	52
D.	Business Matching.....	55
1.	Pengertian Business Matching.....	55
2.	Tujuan Dari Business Matching .....	56
3.	Penerapan Business Matching Di Indonesia.....	58
4.	Business Matching Dalam Perspektif Islam .....	64
E.	Bisnis Islam.....	66
1.	Pengertian Bisnis Islam .....	66
2.	Teori Keunggulan Jaringan Dan Kolaborasi Islami (Islamic Networking Advantage).....	67
3.	Tujuan Bisnis Dalam Islam.....	68
4.	Prinsip Dalam Bisnis Dalam Islam .....	72
5.	Dasar Hukum Bisnis Islam .....	74
F.	Kerangka Pemikiran.....	77
<b>BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN .....</b>		<b>79</b>
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	79
1.	Umum .....	79
2.	Sejarah Singkat Provinsi Lampung.....	79
3.	Letak Georafis Provinsi Lampung. ....	80
4.	Kependudukan Provinsi Lampung.....	80
5.	Data Informan .....	82
B.	Penyajian Fakta Dan Data Penelitian.....	83
1.	Deskripsi Data Informan.....	83
2.	Deskripsi Data Penelitian.....	86

<b>BAB IV ANALISIS DATA PENELITIAN .....</b>	<b>107</b>
A. Analisis Data Penelitian .....	107
1. Implementasi Business Matching Terhadap Peningkatan Daya Saing Industri Bagi Pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) Provinsi Lampung. ....	107
2. Perspektif Bisnis Islam mengenai Business Matching dalam meningkatkan Daya Saing Industri Bagi Pelaku Industri Kecil Menengah di Provinsi Lampung. ....	124
B. Temuan Penelitian.....	126
 <b>BAB V PENUTUP.....</b>	 <b>131</b>
A. Simpulan .....	131
B. Rekomendasi.....	134
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>135</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>145</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Sentra Ikm Dan Data Ikm Per Sentra Provinsi Lampung Tahun 2023 .....	8
Tabel 1.2	Skor Pilar Pasar Produk Tahun 2023 .....	10
Tabel 1.3	Data Industri Provinsi Lampung Tahun 2023 .....	12
Tabel 3.1	Populasi Penduduk Provinsi Lampung Tahun 2024 ...	80
Tabel 3.2	Jumlah Penduduk Menurut Umur Dan Jenis Kelamin Provinsi Lampung Tahun 2024 .....	81
Tabel 3.3	Data Informan .....	82
Tabel 3.4	Data Informan Berdasarkan Jenis Usaha.....	84
Tabel 3.5	Data Informan Berdasarkan Jenis Bahan Baku .....	84
Tabel 3.6	Data Informan Berdasarkan Barang Yang Di Hasilkan.....	85





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 5.1 Acara Kegiatan Business Matching Peningkatan Pengunaan Produk Dalam Negri Lampung Tahun 2023 .....	145
Gambar 5.2 Bukti Foto Wawancara Dengan Narasumber .....	146
Gambar 5.3 Transkrip Pertanyaan Wawancara .....	147
Gambar 5.4 Daftar hadir peserta business matching p3dn .....	148



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Pada awal permulaan untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan memudahkan dalam memahami penelitian ini, maka adanya pembahasan yang menegaskan arti dan maksud dari beberapa istilah yang terkait dengan judul skripsi ini. Adapun judul skripsi ini adalah **Analisis Implementasi *Business Matching* Terhadap Peningkatan Daya Saing Industri Bagi Pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) Di Lampung Dalam Perspektif Bisnis Islam.**

Untuk menghindari adanya kesalah pahaman dalam memahami maksud dan tujuan serta ruang lingkup judul skripsi , maka perlu adanya penegasan judul tersebut.

#### 1. Analisis

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu penyelidikan terhadap suatu peristiwa karangan, perbuatan, dan sebagainya untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya terjadi atau penguraian suatu pokok atas hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan<sup>1</sup>. Jadi analisis dapat disebut dengan suatu proses untuk pemecahan masalah yang dilihat secara mendalam dan menjadikannya sebagai bagian-bagian kecil agar mudah dipahami secara sederhana.

#### 2. Implementasi

pelaksanaan dengan teoriteori dalam upaya mencapai sebuah tujuan dan sasaran.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Departemen Pendidikan Nasional Kamus Besar Bahasa Indonesia Cetakan ke 18 Edisi IV. (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2014), 60.

<sup>2</sup> Jonh M. Echois dan Hassan Shadily, Kamus Inggris-Indonesia, (Jakarta: Gramedia, 1992), hlm 313

### 3. Business Matching

*Business matching* adalah proses pencocokan atau penyesuaian ide, konsep, visi dan misi, serta model bisnis sesuai dengan nilai, budaya dan iklim perekonomian. Penyesuaian konsep bisnis dilakukan antara bisnis yang sejenis dan memiliki tujuan yang sama. Pencocokan dan penyesuaian bisnis pada konsep *business matching* biasanya mempertemukan para entrepreneur dalam suatu kegiatan diskusi sharing dari para entrepreneur dan start-up dengan upaya peningkatan daya saing yang berkelanjutan<sup>3</sup>.

### 4. Daya Saing

Beberapa ahli menyebutkan bahwa daya saing merupakan fungsi identifikasi dimensi produk pasar yang tepat bagi positioning perusahaan. Menurut Crown Dirgantoro daya saing adalah perkembangan dari nilai yang mampu diciptakan perusahaan untuk membelinya. Menurut Agustinus Sri Wahyadi memberikan pengertian bahwa keunggulan bersaing adalah sesuatu yang memungkinkan sebuah perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan dengan rata-rata keunggulan yang diperoleh pesaing dalam industri.<sup>4</sup>

### 5. Industri

Industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Usaha perakitan atau assembling dan juga reparasi adalah bagian dari industri. Hasil industri tidak hanya berupa barang, tetapi juga dalam bentuk jasa<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup> Firman Syah and Angelica Ersalina Rahmawaty, "Strategi Perancangan Online Business Matching Pada Event Indonesia & Taiwan Business Day" 3 (2022): 11–16.

<sup>4</sup> Rifki Mohamad and Idris Yanto Niode, "Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo," *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis* 13, no. 1 (2020): 1–14, <https://doi.org/10.37479/jkeb.v13i1.7062>.

<sup>5</sup> Wiwit Sundari, "Analisis Pertumbuhan Industri Non Migas Terhadap Pertumbuhan Domestik Bruto (Pdb) Di Indonesia Tahun 2007-2012," *Jurnal Internasional* 02 (2012): 4.

## 6. Industri Kecil Menengah

Dinas Perindustrian dan Perdagangan mendefinisikan industri kecil sebagai kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga maupun suatu badan, bertujuan untuk memproduksi barang maupun jasa untuk diperdagangkan secara komersial, yang mempunyai nilai kekayaan bersih paling banyak 200 juta rupiah dan mempunyai nilai penjualan pertahun sebesar 1 milyar rupiah atau kurang. Sedangkan Industri menengah adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau badan, bertujuan untuk memproduksi barang ataupun jasa untuk diperdagangkan secara komersial yang mempunyai nilai penjualan pertahun lebih besar dari 1 milyar rupiah namun kurang dari 50 milyar rupiah<sup>6</sup>.

## 7. Perspektif

Perspektif adalah suatu cara pandang terhadap suatu masalah yang terjadi, atau sudut pandang tertentu yang digunakan dalam melihat suatu fenomena yang bisa dipaparkan baik secara lisan maupun tulisan<sup>7</sup>.

## 8. Bisnis Islam

Dalam Islam bisnis dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Andri Ratnasari and Drs H Kirwani, "Peranan Industri Kecil Menengah (Ikm) Dalam Penyerapan Tenaga Kerja Di Kabupaten Ponorogo," *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 1, no. 3 (2015): 11–17.

<sup>7</sup> Dapertemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002 ), h. 1062.

<sup>8</sup> wan Aprianto, dkk., *Etika dan Konsep Manajemen Bisnis Islam*, 1 ed (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 18

## B. Latar Belakang Masalah

Keadaan dunia dewasa ini mengalami kemajuan dan perkembangan dengan pesat dalam segala bidang usaha, semakin banyak perusahaan - perusahaan yang didirikan, baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil, sehingga menimbulkan persaingan diantara para pelaku usaha. Dengan persaingan bisnis yang semakin ketat, ada banyak dampak pada persaingan Perusahaan harus terus meningkatkan daya saingnya. Perusahaan yang beroperasi dalam waktu dekat dan harus memiliki kemampuan untuk berkembang dan memenuhi kebutuhan pelanggan agar dapat berdaya saing dengan baik<sup>9</sup>.

Daya saing adalah konsep perbandingan kemampuan dan kinerja perusahaan, Sektor usaha industri dan negara untuk menjual dan memasok barang dan atau jasa yang diberikan dalam pasar. Menteri Pendidikan Nasional mendefinisikan daya saing adalah kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna. Kemampuan yang dimaksud adalah kemampuan memperkokoh pangsa pasarnya, kemampuan menghubungkan dengan lingkungannya, Kemampuan meningkatkan kinerja tanpa henti, kemampuan menegakkan posisi yang menguntungkan<sup>10</sup>.

Daya saing dalam industri merupakan factor yang sangat penting dalam siklus perekonomian, khususnya dalam proses produksi barang dan jasa yang dilakukan hal ini untuk memenuhi permintaan pasar. Istilah daya saing *competitiveness*, telah diawali dengan konsep keunggulan komparatif oleh Ricardo sejak abad 18<sup>11</sup>. Bentuk persaingan yang paling umum terjadi adalah kedatangan pesaing baru, ancaman produk pengganti, kekuatan

---

<sup>9</sup> Joko Setiyono and Sutrimah Sutrimah, "Analisis Teks Dan Konteks Pada Iklan Operator Seluler (XL Dengan Kartu AS)," *Pedagogia: Jurnal Pendidikan*, v5i2.263.

<sup>10</sup> Heri Soesanto et al., "Peningkatan Daya Saing Industri Kecil Menengah (Ikm) Dalam Mendukung Pemulihan Ekonomi Di Kabupaten Sidoarjo," *Jurnal Kebijakan Pembangunan Daerah* 7, no. 1 (2023): 16–31.

<sup>11</sup> Amanda Mastisia Rakanita, "Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak," *Jurnal Ekbis* 20, no. 2 (2019): 1280.

tawar menawar pembeli dan pemasok, serta persaingan di antara pesaing. Ini menunjukkan bahwa ancaman persaingan tidak hanya datang dari perusahaan dalam industri yang ada, tetapi juga dari pelanggan, pemasok, produk pengganti, dan pesaing potensial.

Berkaitan dengan daya saing, Islam juga menganjurkan untuk berlomba-lomba dalam hal kebaikan hal ini di jelaskan dalam surat Al Baqoroh ayat 148:

وَلِكُلِّ وَّجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّئُهَا فَاسْتَغْبِئُوا الْحَيِّرَاتِ ۗ إِنَّ مَا تَكُونُوا يَأْتِ  
بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya: *Bagi setiap umat ada kiblat yang dia menghadap ke arahnya. Maka, berlomba-lombalah kamu dalam berbagai kebajikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.*

Ayat ini menjelaskan bahwa bisnis harus dilakukan dengan prinsip-prinsip bisnis yang sehat dan baik dalam hubungannya dengan persaingan. Persaingan umum dalam dunia bisnis dan diperlukan upaya guna mendorong inovasi dan peningkatan kualitas barang atau jasa. Meskipun demikian, penting untuk diingat bahwa dalam persaingan perlu mempertahankan moralitas dan sikap baik terhadap orang lain tetap menjadi prioritas utama. Dalam hal bisnis, tidak ada satu perusahaan pun yang benar-benar lebih baik dari yang lainnya kecuali perusahaan itu selalu dan menerapkan prinsip bisnis sesuai dengan anjuran berbisnis dalam islam.

Dalam berbisnis tidak dapat dipungkiri bahwa dalam berbisnis akan selalu ada pesaing usaha. Oleh karena itu, para pembisnis harus bijak untuk memiliki strategi yang baik untuk perusahaannya dan juga menyadari bahwa ada peluang dan risiko di luar dan di dalam perusahaan. karena hal itu sangat berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan tersebut. Pengusaha harus selalu memiliki kemampuan untuk memahami kondisi pasar yang berlaku, seperti tuntutan konsumen dan berbagai perubahan atau

inovasi lingkungan bisnis, agar mampu bersaing dengan perusahaan lain.

Industri Kecil dan Menengah atau yang sering di dengar dengan IKM merupakan salah satu bidang usaha yang bergerak dalam proses produksi barang dan juga memegang bagian penting dari perekonomian negara-negara berkembang termasuk Indonesia. Industri Kecil Menengah merupakan salah satu sektor industri yang dapat dijadikan tumpuan untuk menciptakan iklim kewirausahaan yang dapat menyerap tenaga kerja. Industri kecil menengah memiliki posisi, potensi dan peran yang strategis dalam mencapai tujuan pembangunan nasional. Mengingat peranannya dalam pembangunan, industri kecil harus terus berkembang atas dasar kekeluargaan, saling melengkapi, saling memperkuat antara usaha kecil dan besar dalam rangka pemerataan ekonomi serta mewujudkan kemakmuran bagi seluruh rakyat Indonesia<sup>12</sup>.

Dalam dunia bisnis baik besar maupun kecil, termasuk IKM, diperlukan berbagai cara atau strategi yang tepat untuk mendukung keberhasilan bisnis agar dapat mempertahankan daya saing. Operasional bisnis selalu disertai dengan penyusunan rencana strategis untuk mencapai kesuksesan bisnis yang berkelanjutan. Terkadang para pebisnis antusias dengan bisnisnya namun gagal karena tidak pernah meluangkan waktu untuk menyusun strategi yang dapat membangun dan juga mengembangkan usahanya untuk dapat bersaing dengan ancaman yang akan datang. Sebuah bisnis tanpa strategi yang baik bisa sukses dalam jangka pendek, namun ketika ancaman dan persaingan muncul, bisnis tersebut akan kesulitan untuk bertahan. Pada dasarnya sektor industri yang erat dengan penciptaan suatu barang memerlukan strategi khusus untuk menemukan pangsa pasar yang sesuai guna menyalurkan barang hasil industri tersebut. Jika tidak ada dasar untuk mendapatkan jaringan distribusi untuk barang yang telah di produksi, maka

---

<sup>12</sup> Hanny Purnamasari Et Al., "Implementasi Program Pengembangan Industri Kecil Menengah ( IkM ) Oleh Dinas Perindustrian Kabupaten Bekasi Implementasi Program Pengembangan Industri Kecil Menengah ( IkM ) Oleh Dinas Perindustrian Kabupaten, Agustus (2022).

perusahaan akan mengalami kerugian karena barang hasil produksi tidak dapat tersalurkan ke pasar.

Untuk bertahan dalam jangka panjang, bisnis harus menciptakan keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing memerlukan pemikiran terpadu dan sistem strategis untuk mencapainya. Untuk membangun keunggulan bersaing dalam dunia bisnis di perlukan adanya strategi khusus guna mencapai keunggulan bersaing dan dapat berdaya saing. Membangun keunggulan bersaing dalam pasar melalui konsentrasi pada segmen pasar tertentu atau melakukan spesialisasi produk secara khas. Spesialisasi produk yang dilakukan dengan tujuan membangun fanatisme konsumen. Pada sisi lain strategi ini menciptakan rasa kebanggaan pada sisi konsumen dan loyalitas konsumen cenderung tinggi karena mempunyai prestise tersendiri sebagai konsumen. Maka untuk mendapatkan informasi untuk mengetahui segmen pasar yang cocok di perlukan adanya pendekatan para pelaku usaha yang ingin menyalurkan barangnya dengan konsumen khusus yaitu dengan *business matching*.

*Business matching* merupakan strategi untuk membangun jaringan bisnis yang kuat dengan cara menghubungkan produsen, distributor, dan konsumen potensial secara efektif. Dalam dunia bisnis, *business matching* merupakan suatu strategi yang tujuannya adalah untuk mengkolaborasikan beberapa bisnis yang sejenis dalam satu komunitas. *Business matching* ini sudah lazim dilakukan agar suatu bisnis semakin maju dan memiliki daya tahan yang berkelanjutan<sup>13</sup>. Secara lebih spesifik *business matching* adalah pertemuan bisnis yang terjadwal antara perusahaan dengan pelaku usaha, calon investor, atau partner. Pertemuan ini bersifat tatap muka dan terjadi antara dua pihak yang memiliki latar belakang industri yang sama. Selain menjadi mitra kerja, Program *business matching* ini juga memberikan peluang bagi perusahaan untuk menjual produk atau jasa kepada perusahaan lain yang dapat mendukung kebutuhan bisnis mereka.

---

<sup>13</sup> Syafei; Kurniadi; Ibrahim, "Business Matching Model," *International Journal of Business Information Systems Strategies (IJBISS)* 10, no. 4 (2021): 1–18.



Program ini biasanya memiliki segmentasi khusus sehingga sesi ini bisa menjadi peluang para pebisnis bertemu dengan mitra yang tepat.

**TABEL 1.1**  
**DATA SENTRA IKM DAN DATA IKM PER SENTRA**  
**PROVINSI LAMPUNG TAHUN 2023**

No	Kabupaten/Kota	Jumlah Sentra IKM	Jumlah IKM Per Sentra
1	Kota Bandar Lampung	8	226 IKM
2	Kota Metro	21	225 IKM
3	Kabupaten Lampung Selatan	1	5 IKM
4	Kabupaten Lampung Tengah	4	4 IKM
5	Kabupaten Lampung Timur	8	226 IKM
6	Kabupaten Lampung Utara	1	1 IKM
7	Kabupaten Lampung Barat	2	20 IKM
9	Kabupaten Pringsewu	6	1.775 IKM
10	Kabupaten Tanggamus	2	80 IKM
11	Kabupaten Pesisir Barat	3	330 IKM
12	Kabupaten Tulang Bawang	1	23 IKM
14	Kabupaten Way Kanan	10	314 IKM
<b>Total</b>		<b>67</b>	<b>3.229</b>

Sumber: Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Lampung<sup>14</sup>.

<sup>14</sup> BIDANG SARANA DAN PRASARANA INDUSTRI, “Data Sentra IKM Lampung 2022,” ADINDA LAMPUNG, 2023.

Berdasarkan data di atas banyaknya sentra Industri Kecil dan Menengah (IKM) di berbagai wilayah Lampung memberikan kontribusi signifikan dalam penyerapan tenaga kerja lokal. Dengan adanya 67 sentra IKM yang tersebar di Kota Bandar Lampung, Kota Metro, dan berbagai kabupaten, kesempatan kerja semakin terbuka lebar bagi masyarakat setempat. Tidak hanya menjadi sumber penyerapan tenaga kerja, tetapi juga sentra IKM di Lampung memiliki dampak positif yang terhadap perekonomian masyarakat. Melalui produksi dan distribusi barang-barang lokal, IKM memberikan dorongan penting bagi pertumbuhan ekonomi daerah. Namun di balik kontribusinya yang sangat besar IKM masih memiliki beberapa kendala dalam menjalankan usahanya.

Kendala yang dihadapi industri kecil menengah IKM di Lampung dimulai dari :

1. Industri Kecil Menengah IKM masih memiliki modal rendah, dan juga pengetahuan IKM masih rendah dalam mengembangkan dunia bisnis,
2. Masih terbatasnya kemampuan industri kecil dan menengah terutama dalam hal penerapan standar mutu, penggunaan teknologi, pengembangan kreatifitas, inovasi dan diversifikasi produk,
3. Tidak tersedianya roadmap pembangunan SDM industri yang mengakibatkan belum tercapainya sinergi antara dunia pendidikan selaku penyedia dengan dunia industri selaku user,
4. ketersediaan fasilitas dan infrastruktur yang dibutuhkan oleh pelaku IKM masih rendah, IKM
5. masih mengalami kendala lingkungan eksternal seperti kurangnya listrik,
6. IKM masih belum dapat memahami strategi dan proses pemasaran untuk hasil produksinya,
7. kurangnya pemahaman tentang mekanisme birokrasi di dunia bisnis, dan

8. kemampuan IKM untuk mengakses informasi tentang perluasan akses ke pasar global masih terbatas<sup>15</sup>

Sumber: <sup>1516</sup>

Hal ini dapat menjadi penghambat pengembangan daya saing usaha kecil dan menengah dan menyebabkan turunnya perkembangan industri kecil menengah. Pada dasarnya perkembangan IKM menjadi salah satu sektor yang memiliki peran guna mendorong perekonomian daerah. Selain itu IKM juga berperan penting dalam hal produksi dan pendistribusian produk-produk yang dihasilkan kepada masyarakat dan juga dalam hal penyerapan tenaga kerja. IKM menjadi sektor yang cukup tangguh dalam menghadapi permasalahan ekonomi daerah, maka dari itu sebagai pelaku industri kecil menengah perlu memperhatikan aspek dalam menghadapi masalah-masalah yang terjadi agar mampu meningkatkan daya saing dan dapat bersaing di kancah pasar internasional<sup>17</sup>.

**TABEL 1.2**  
**SKOR PILAR PASAR PRODUK TAHUN 2023**

No	Provinsi	Skor
	Nasional	2,59
1	Aceh	4,44
2	Sumatera Utara	2,09
3	Sumatera Barat	3,64
4	Riau	0,99
5	Jambi	1,81
6	Sumatera Selatan	1,99
7	Bengkulu	3,1
8	Lampung	2,12

<sup>15</sup> Laporan Kinerja Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Lampung Tahun 2022” 77 (2023).

<sup>16</sup> “LAPORAN KINERJA DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN PROVINSI LAMPUNG TAHUN 2022.”

<sup>17</sup> Hesti Ayuningtiyas, *Profil Industri Mikro Dan Kecil Provinsi Lampung 2020*, vol. 150 (LAMPUNG: BPS Provinsi Lampung, 2020).

9	Kep. Bangka Belitung	2,24
10	Kepulauan Riau	1,05
11	Dki Jakarta	2,6
12	Jawa Barat	1,83
13	Jawa Tengah	2,15
14	Di Yogyakarta	3,04
15	Jawa Timur	1,4
16	Banten	2,13
17	Bali	3,44
18	Nusa Tenggara Barat	3,2
19	Nusa Tenggara Timur	4,92
20	Kalimantan Barat	2,29
21	Kalimantan Tengah	1,82
22	Kalimantan Selatan	2,28
23	Kalimantan Timur	0,99
24	Kalimantan Utara	1,81
25	Sulawesi Utara	3,38
26	Sulawesi Tengah	3,34
27	Sulawesi Selatan	2,61
28	Sulawesi Tenggara	2,17
29	Gorontalo	4,08
30	Sulawesi Barat	3,87
31	Maluku	5,00
32	Maluku Utara	3,9
32	Papua Barat	1,66
34	Papua	2,50

Sumber : *Badan Riset Dan Inovasi Nasional*<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Anggitya Vitasari, *Indeks Daya Saing Daerah 2023*, ed. Sarah Fairuz, 1st ed. (jakarta pusat: BRIN, 2024).

Pilar pasar produk menggambarkan keterbukaan pasar produk melalui besarnya kesempatan yang sama bagi para produsen untuk memasarkan produknya secara *fair* dan kompetitif. Berbagai praktek monopoli dan oligarki ekonomi serta adanya hambatan - hambatan bagi pelaku usaha untuk masuk ke pasar produk dan jasa tertentu menciptakan inefisiensi pasar. Keterbukaan pasar dilihat dari kemampuan usaha kecil dan menengah bersaing di antara kelompok usaha sedang dan besar. Berdasarkan data dari tabel 1.2 menunjukkan bahwa provinsi lampung memiliki skor 2,12 hal ini menunjukkan provinsi lampung belum mencapai skor nasional yang mencapai 2,59 dan masih di unguli oleh 14 provinsi lainya yang telah melebihi skor nasional pasar produk. Pada dasarnya Keterbukaan pasar produk meningkatkan efisiensi dan daya saing sektor bisnis di suatu daerah.

**TABEL 1.3**

**DATA INDUSTRI PROVINSI LAMPUNG TAHUN 2023**

No.	Kriteria Industri	Jumlah Perusahaan Industri
1	Industri Pangan (pertanian/peternakan, hasil kelautan, olahan coklat, olahan kpoi, buah-buahan, sayur-sayuran, minyak nabati, lada, minuman, tepung, gula berbasis tebu)	66
2	Industri Karet, Barang Dari Karet, Plastik dan Barang Dari Plastik (karet alam dan sintetik, berbahan plastik)	15
3	Industri Hulu Agro (oleo food, gula, glutamat, oleokimia, cengkeh, kayu manis, kelapa sawit, kemurgi, pakan)	28
4	Industri Farmasi, Kosmetika, Kesehatan, dan Obat Tradisional (farmasi dan kosmetika, kesehatan)	7
5	Industri Kayu, Barang Dari Kayu dan Bambu (berbasis kayu dan bambu)	6
6	Industri Migas Dan Batubara (migas dan	1

	batubara)	
7	Industri Logam (industri besi)	9
8	Industri Bahan Galian Bukan Logam (keramik dan kaca)	7

Sumber: *Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Lampung*<sup>19</sup>

Berdasarkan data industri yang ada di provinsi lampung, terdapat berbagai sektor yang memiliki potensi untuk dikembangkan melalui konsep *Business Matching*. Sektor Industri Pangan dengan 66 perusahaan dapat menjadi tempat yang baik untuk menjalin kemitraan dalam penyediaan bahan baku atau distribusi produk hasil olahan. Sementara itu, sektor Industri Hulu Agro dengan 28 perusahaan dapat menjadi fokus bagi para pelaku bisnis yang tertarik dalam investasi pada sektor pertanian dan pengolahan hasil pertanian, Sektor Industri Karet, Barang Dari Karet, Plastik, dan Barang Dari Plastik dapat menarik bagi pengusaha yang ingin berkolaborasi dalam pengembangan produk berbahan dasar karet dan plastik. Sedangkan sektor Industri Farmasi, Kosmetika, Kesehatan, dan Obat Tradisional dapat menjadi peluang bagi perusahaan yang bergerak dalam riset dan pengembangan produk kesehatan untuk menjalin kemitraan dengan perusahaan-perusahaan di sektor tersebut. Dan juga sektor-sektor lain seperti Industri Kayu, Barang Dari Kayu dan Bambu, Industri Logam, dan Industri Bahan Galian Bukan Logam juga menawarkan peluang-peluang bisnis yang dapat dieksplorasi melalui konsep *Business Matching*. Dengan memanfaatkan konsep ini, para pelaku bisnis dapat mencari dan menjalin kemitraan yang saling menguntungkan dengan perusahaan-perusahaan di berbagai sektor industri untuk mengoptimalkan potensi pasar dan pertumbuhan bisnis mereka.

Industri kecil dan menengah IKM merupakan pilar ekonomi yang sangat penting dalam produksi barang, dan dalam konteks ini,

---

<sup>19</sup> PENGAWASAN DAN PEMBANGUNAN SUMBER DAYA INDUSTRI BIDANG KERJASAMA, "Jumlah Industri Berdasarkan Kriteria Industri Tahun 2023," ADINDA LAMPUNG, 2023.

prinsip-prinsip ekonomi Islam, seperti keadilan dalam distribusi kekayaan dan keberkahan dalam usaha, dapat menjadi pedoman bagi pemilik IKM dalam mengelola bisnis mereka. Dalam Islam memproduksi sesuatu bukanlah sekadar untuk dikonsumsi sendiri atau dijual ke pasar. Dua motivasi tersebut belumlah cukup, Islam pada prinsipnya menekankan kegiatan produksi yang tidak hanya berhenti pada fungsi ekonominya saja tetapi juga harus bisa sejalan dengan fungsi sosial, sehingga untuk mencapai fungsi sosial kegiatan produksi harus mencapai surplus hal ini di sebutkan dalam firman Allah SWT dalam surat Al Hadid ayat ke 7 :

أَمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَأَنْقُضُوا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَخْلَفِينَ فِيهِ فَالَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَأَنْقَضُوا لَهُمْ أَجْرًا كَبِيرًا

Artinya: *Berimanlah kepada Allah dan Rasul-Nya serta infakkanlah (di jalan Allah) sebagian dari apa yang Dia (titipkan kepadamu dan) telah menjadikanmu berwenang dalam (penggunaan)-nya. Lalu, orang-orang yang beriman di antaramu dan menginfakkan (hartanya di jalan Allah) memperoleh pahala yang sangat besar.*

Dengan konsep ini, kegiatan produksi harus mengikuti dua garis optimalisasi. Mengoptimalkan sumber daya manusia untuk mencapai kondisi full employment, di mana semua orang bekerja dan menghasilkan, kecuali mereka yang menderita penyakit atau lumpuh. Optimalisasi yang kedua berarti menghasilkan kebutuhan primer (*dharuriyyat*), sekunder (*hajiyyat*), dan tersier secara proporsional. Ini berarti bahwa mereka tidak hanya harus halal tetapi juga harus baik dan bermanfaat<sup>20</sup>.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Implementasi Business Matching Terhadap Peningkatan Daya Saing Industri Bagi Pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) Di Lampung Dalam Perspektif Bisnis Islam”**

---

<sup>20</sup> Mahfuz Nur, “Produksi Dalam Islam,” 2006, 1–23.

### C. Fokus Dan Sub Fokus Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah di atas maka perlu adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini guna memfokuskan pada area spesifik yang akan diteliti. Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah “Analisis Implementasi *Business Matching* Terhadap Peningkatan Daya Saing Industri Bagi Pelaku Industri Kecil Menengah ( IKM ) Di Lampung Dalam Perspektif Bisnis Islam”

### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas tersebut, maka permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana Implementasi *Business Matching* Terhadap Peningkatan Daya Saing Industri Bagi Pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) di Lampung.?
2. Bagaimana Implementasi *Business Matching* Terhadap Peningkatan Daya Saing Industri Bagi Pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) di Lampung Dalam Perspektif Bisnis Islam.?

### E. Tujuan Penelitian

Berikut ini tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah diatas :

1. Untuk mengetahui bagaimana Implementasi *Business Matching* Terhadap Peningkatan Daya Saing Industri Bagi Pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) Di Lampung.
2. Untuk mengetahui bagaimana Implementasi *Business Matching* Terhadap Peningkatan Daya Saing Industri Bagi Pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) Di Lampung Dalam Perspektif Bisnis Islam.



## F. Manfaat Penelitian

Agar Penelitian ini dapat berguna bagi para pembaca, maka dari itu diharapkan memiliki manfaat didalamnya, diantaranya:

### 1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan wawasan untuk memperdalam dan memperluas ilmu pengetahuan, pengalaman, dan implementasi bagi masyarakat luas dengan mengacu pada sumber teori yang ada terutama pada ilmu bisnis Islam, dapat bermanfaat sebagai bahan referensi untuk penelitian di masa yang akan datang terutama tentang implementasi *business matching* terhadap peningkatan daya saing industri bagi pelaku industri kecil menengah di lampung dalam perspektif bisnis Islam.

### 2. Manfaat praktis

#### a. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini, peneliti berharap bahwa penelitian ini bisa menjadi bahan acuan bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan dengan kondisi yang terjadi di lapangan serta untuk menambah pengalaman dalam melakukan penelitian yang terkait dengan judul yang diangkat.

#### b. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat menambah keputusan dan dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

## G. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

1. Penelitian yang di lakukan oleh Wibowo, Arifin, Sunarti tahun 2015 dengan judul Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (studi pada Batik Diajeng Solo) ”Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Batik Diajeng Solo dalam memasarkan produknya yaitu dengan menggunakan

perumusan strategi pemasaran yang bermula dari strategi segmentasi pasar, strategi penentuan pasar sasaran, dan strategi posisi pasar. Selain itu juga dengan mengembangkan bauran pemasaran yang terdiri dari 4 unsur yaitu produk, harga, tempat, dan promosi .

2. Penelitian yang di lakukan oleh Susilo, Sri tahun 2012 dengan judul Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM dalam Menghadapi Implementasi Cafta dan Mea” mplementasi CAFTA telah dilaksanakan sejak januari 2010. Artikel ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi berupa strategi untuk meningkatkan daya saing usaha kecil dalam menghadapi pelaksanaan CAFTA dan MEA. Metode yang digunakan dalam penulisan artikel ini adalah dengan tinjauan pustaka. Agar tetap dapat bertahan dan memanfaatkan peluang pelaksanaan CEFTA dan MEA, maka usaha kecil harus meningkatkan daya saing dan daya saing produknya. Pengusaha/pemilik usaha kecil dalam semangat kewiraswastaan dan inovasi mereka, harus menjadi motor penggerak untuk meningkatkan daya saing bisnis mereka. Dengan meningkatkan daya saing bisnis maka pada gilirannya akan mendorong terciptanya daya saing produk. Hal lainnya yang harus menjadi prioritas usaha kecil adalah meningkatkan jaringan kerja sama dengan pemangku kepentingan. Peran pemerintah diharapkan sebagai pelengkap untuk mendorong berbagai upaya yang dilakukan oleh usaha kecil untuk meningkatkan daya saing mereka. Dengan iklim usaha yang kondusif yang diciptakan oleh pemerintah, maka akan memudahkan usaha kecil untuk meningkatkan daya saing mereka. Pemangku kepentingan lainya harus memperbaiki kemitraan yang diciptakan oleh usaha kecil, baik dalam bentuk pendidikan dan pelatihan, promosi, dan fasilitas pendukung lainnya .
3. Penelitian yang di lakukan oleh Lestari, Syarief Sumantadinata tahun 2013 dengan judul Strategi Peningkatan Daya Saing Tuna Olahana Indonesia di Pasar Internasional” Prioritas strategi untuk meningkatkan daya saing tuna olahana indonesia terkait faktor produksi dan pemasaran adalah: 1) Meningkatkan mutu tuna

olahan indonesia, 2) Mendorong mengatasi hambatan tarif dan non tarif, 3) meningkatkan pengembangan market intelligence dan promosi. Prioritas strategi terkait faktor manusia dan kelembagaan adalah: 1) meningkatkan peran pemerintah dalam pengembangan industri olahan tuna, 2) meningkatkan kapasitas SDM yang mampu dalam penanganan mutu serta, 3) pemberantasan dan pengawasan illegal fishing<sup>21</sup>.

4. Penelitian oleh Kurniadi dan Nurliana dengan judul “ *Business Matching Model for Small and Medium Enterprises*” Penelitian ini membahas model *business matching* sebagai strategi untuk meningkatkan inovasi dan kreativitas di kalangan UMKM dan industri kreatif di Kota Bandung. *Business matching* membantu UMKM dan start-up menemukan mitra bisnis potensial, mengembangkan jaringan, dan meningkatkan daya saing di pasar global. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis data deduktif, mengacu pada literatur tentang *business matching* dan investasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *business matching* dapat mendorong pertumbuhan ekonomi di Bandung, terutama di sektor perdagangan besar, ritel, dan industri pengolahan, meskipun daya saing industri pengolahan menurun. Struktur ekonomi Bandung menunjukkan potensi besar untuk pengembangan bisnis melalui kolaborasi seperti joint ventures dan penelitian bersama. *Business matching* efektif dalam mempercepat pengambilan keputusan bisnis, menghasilkan MoU atau kontrak bisnis. Namun, keterbatasan literatur menjadi kendala utama, sehingga model dan tahapan yang dikembangkan perlu digunakan sebagai referensi dalam kegiatan trade show atau expo. Penelitian ini menunjukkan bahwa *business matching* dapat mendukung UMKM dan start-up dalam meningkatkan daya saing dan membangun jaringan bisnis yang lebih kuat.

---

<sup>21</sup> Wiji Lestari, Rizal Syarief, and Komar Sumantadinata, “Competitiveness Improvement Strategy of Indonesia Processed Tuna in the International Market,” *Manajemen IKM* 8, no. 1 (2013): 36–44.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Oleh Anugerah Yuka Asmara dan Sri Rahayu pada tahun 2015 yang berjudul "Meningkatkan Daya Saing Industri Kecil Menengah Melalui Inovasi Dan Pemanfaatan Jaringan Sosial Pembelajaran Dari Klaster Industri Software Di India". Berdasarkan penelitian ini dapat dilihat bahwa pengembangan daya saing industri kecil dan menengah (IKM) salah satu caranya ialah dengan membentuk klaster pada IKM, mengingat IKM di Indonesia saat ini hanya sebatas kumpulan industri biasa bukan suatu klaster. Belajar dari klaster industri software di India yang melibatkan industri software skala besar, pelibatan perguruan tinggi, dan agen pendukung lainnya ada dua hal yang dapat dipetik bagi pengembangan IKM di Indonesia yaitu inovasi dan pemanfaatan jaringan sosial. Kedua hal tersebut tidak dapat dipisahkan sebagai elemen utama dalam meningkatkan kemampuan daya saing IKM. Selanjutnya, kemampuan organisasi dan teknologi IKM dapat dilakukan melalui empat hal yaitu: 1) keahlian teknis individu, 2) model dan strategi bisnis, 3) kemampuan teknologi dan inovasi, dan 4) kemampuan pemasaran. Keempat hal tersebut sudah dilakukan oleh sebagian IKM yang ada di Indonesia dengan produk inovatifnya, teknologi yang digunakan, hingga cara pemasarannya.

## H. Metode Penelitian

Metodologi penelitian adalah upaya menyelidiki dan menelusuri sesuatu masalah dengan menggunakan cara kerja ilmiah secara cermat dan teliti untuk mengumpulkan, mengolah, melakukan analisis data dan mengambil kesimpulan secara sistematis dan objektif guna memecahkan suatu masalah atau menguji hipotesis untuk memperoleh suatu pengetahuan yang berguna bagi kehidupan manusia<sup>22</sup>.

---

<sup>22</sup> M.A Dr. Drs. H. Rifa'i Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian*, n.d.hal.2

## 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada di lapangan. Adapun tujuan dari penelitian studi kasus dan penelitian lapangan adalah untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang situasi suatu unit sosial saat ini dan interaksi lingkungan<sup>23</sup>.

## 2. Sifat Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, sebagai lawannya adalah eksperimen dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi gabungan, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi<sup>24</sup>.

Tujuan utama dari penggunaan metode kualitatif adalah untuk memahami secara mendalam aspek-aspek kompleks dalam kehidupan manusia. Dengan menempatkan peneliti sebagai instrumen utama, metode ini memungkinkan pengumpulan data yang bersifat deskriptif dan kontekstual. Keunggulan metode kualitatif terletak pada kemampuannya untuk mengeksplorasi persepsi, makna, dan pengalaman subjek penelitian. Fleksibilitasnya memungkinkan peneliti untuk mengadaptasi dan mengubah fokus penelitian seiring berjalannya waktu, sesuai dengan perkembangan temuan awal<sup>25</sup>.

---

<sup>23</sup> Feny Rita Fiantika et al., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, n.d.hal 9

<sup>24</sup> Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D" (bandung: ALFABETA, 2017).hal 9

<sup>25</sup> R.R Hardani, Auliya, N.H, Andriani, H., fardani, R, A, Ustiwati, j, utami, E, F. Sukmana, D, J & istiqomah, *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, 2020. Hal.137

### 3. Sumber Data

Penulis menggunakan data yang bersumber dari data primer dan sekunder sebagai alternatif perolehan data, untuk mendapat data yang akurat dan relevan penulis mengumpulkan data dengan cara membaca, mengutip, mengolah dan menyimpulkan. Adapun pengertian dari data primer dan sekunder ialah sebagai berikut :

#### a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*.<sup>26</sup> Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara terstruktur, wawancara mendalam dan observasi. Dalam penelitian ini, data primer yang diambil adalah Observasi wawancara dengan pemilik IKM di Lampung

#### b. Data sekunder

Data skunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian yang bersifat publik, yang terdiri atas: struktur organisasi data kearsipan, dokumen, laporan-laporan serta buku-buku dan lain sebagainya yang berkenaan dengan penelitian ini. Dengan kata lain data sekunder diperoleh secara tidak langsung melalui perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain. Data skunder dapat diperoleh berupa data dan dokumentasi.

### 4. Populasi Dan Sampel

#### a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

---

<sup>26</sup> sandu siyoto, *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*, ed. Ayup, 1st ed. (Kediri: Literasi Media Publishing, 2015).hal.68

dipelajari dan ditarik kesimpulan.<sup>27</sup> Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh industri kecil menengah di lampung yang tercatat dalam buku hadir *business matching* P3DN yang berjumlah 40 IKM dari berbagai daerah di lampung.

## **b. Sampel**

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik dan jumlah yang dimiliki populasi tersebut. Jika populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh yang ada di populasi, misalnya adanya keterbatasan dana atau biaya, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.<sup>28</sup>

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Purposive sampling merupakan suatu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu atau seleksi khusus dalam artian orang atau narasumber tersebut dianggap yang paling tahu tentang apa yang kita harapkan sehingga hal ini akan memudahkan peneliti untuk mengeksplorasi objek atau suatu sosial yang di teliti.<sup>29</sup> Sampel dalam penelitian adalah Industri kecil Menengah di lampung.

Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pelaku industri kecil menengah yang telah memiliki karyawan atau menggunakan tenaga kerja dalam proses produksinya.
2. Ikm yang mendirikan tempat usaha ataupun tempat produksi di lampung.
3. Industri kecil menengah yang memproduksi barang yang memiliki cirikhas budaya lampung.

---

<sup>27</sup> Riyanto, Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen. Deepublish. 2020.

<sup>28</sup>Rukajat, Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach. (Jakarta :Deepublish, 2020)91.

<sup>29</sup> Ibid, 59

4. Pelaku industri kecil menengah yang telah mengikuti kegiatan *business matching* sebanyak 2 kali.
5. Pelaku industri kecil menengah yang bersedia untuk di jadikan sampel penelitian dan bersedia untuk di wawancarai untuk mendapatkan data.

Sehingga dalam hal ini peneliti mendapatkan informan yang akan dijadikan sampel penelitian sebanyak 5 informan pelaku industri kecil menengah dengan barang dan juga jenis industri yang berbeda.

## 5. Metode Pengumpulan Data

### a. Observasi

Metode observasi atau pengamatan secara langsung adalah kegiatan pengamatan yang menggunakan panca indra, bisa menggunakan pengelihatian penciuman, pendengaran dalam upaya memperoleh informasi yang dibutuhkan, observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil seseorang, kejadian atau peristiwa dalam menjawab suatu pertanyaan penelitian<sup>30</sup>.

### b. Wawancara

Teknik wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui pengajuan sejumlah pertanyaan secara lisan kepada subjek yang diwawancarai. Teknik wawancara cara yang digunakan untuk mendapatkan data dan informasi dengan bertanya langsung secara bertatap muka dengan responden atau informan yang menjadi subjek penelitian. Perlu diingat bahwa pada era teknologi komunikasi yang sangat canggih seperti sekarang ini, wawancara dengan bertemu langsung atau bertatap muka tidak lagi menjadi syarat yang mesti dilakukan, karena dalam kondisi tertentu peneliti dapat

---

<sup>30</sup> mujia raharjo, *Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif* (malang, 2011).



berkomunikasi dengan respondennya melalui telepon, handphone atau melalui internet<sup>31</sup>.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya<sup>32</sup>. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan metode dokumentasi adalah suatu metode yang digunakan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan dengan melalui catatan tertulis. Penulis menggunakan metode ini untuk memperoleh data-data yang bersuber dari dokumentasi tertulis. Sesuai dengan keperluan kajian sekaligus pelengkap untuk mencari data-data yang lebih objektif dan jelas yang berisi mengenai segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) dan pendukung lainnya.

## 6. Metode Analisis Data

Teknik analisis data yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang akan di pelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami untuk diri sendiri maupun orang lain<sup>33</sup>. Teknik analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah proses analisis yang menggolongkan, atau memfokuskan penelitian data yang bukan prioritas dan muncul dalam catatan penelitian yang

---

<sup>31</sup> rahmadi, *PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN*, ed. Syahrani (Banjarmasin: Antasari Press, 2011).hal. 75

<sup>32</sup> sandu siyoto, *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*.hal. 78

<sup>33</sup> Syahrial Hasibuan et al., *METODE PENELITIAN KUALITATIF*, ed. Muhammad Hasan, 1st ed. (Makasar: Tahta Media grup, 2022).hal. 222

muncul dilapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian berlangsung dan sebelum terlihat kerangka konseptual dari penelitian tersebut<sup>34</sup>.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Dalam kajian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian, bagan, tabel, hubungan antar kategori dan lainnya. Dengan tahap ini, data yang disajikan bisa terorganisir, tersusun dalam pola hubungan sehingga mudah untuk dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan ( *Conclusion Drawing / Verification* )

Kesimpulan yang di kemukakan pada tahap awal, di dukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat kajian kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang di kemukakan merupakan kesimpulan yang jelas dan kredibel, seperti yang telah di kemukakan bahwa masalah dalam kajian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah kajian berada di lapangan<sup>35</sup>.

## I. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penulis dalam melakukan penulisan dan juga pembahasan penelitian ini maka pembahasan dibagi dalam beberapa bab, adapun sistematika pembahasan sebagai berikut

### BAB I

Bagian ini berisi uraian mengenai alasan dilakukannya penelitian ini atau latar belakang, selain itu sebagai deskripsi tentang metode apa saja yang digunakan dalam penelitian ini dan juga dimana penelitian dilakukan.

---

<sup>34</sup> Feny Rita Fiantika and Anita Maharani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ed. Yuliatr Novita, 1st ed. (PADANG, 2022).hal. 71

<sup>35</sup> imam gunawan, *METODE PENELITIAN KUALITATIF Teori Dan Praktik*, ed. Nunuk Suryani, 1st ed. (malang: PT Bumi Aksara, 2013).hal. 141

**BAB II**

Landasan teori adalah deskripsi teori-teori yang dijadikan sebagai landasan dalam melakukan penelitian. Teori ini membantu untuk mempertajam pemikiran mengenai berbagai hal yang dilakukan dalam suatu penelitian.

**BAB III**

Menguraikan tentang fakta-fakta temuan di lapangan yang didukung dengan data-data yang ditemukan di lapangan. Dengan menjelaskan fakta maupun data data yang diperoleh dari pelaku IKM di provinsi lampung yang akan mempermudah dalam mengenali dan memahami penelitian ini.

**BAB IV**

Memaparkan hasil penelitian yang diperoleh dari IKM profinsi lampung dan juga interprestasi terhadap data yang diperoleh secara detail, sekaligus menjawab rumusan masalah yang ada dalam penelitian.

**BAB V**

Sebagai jawaban dari penelitian yang dipaparkan secara singkat dan berdasarkan pada poin poin yang sudah ada dalam rumusan masalah, sekaligus sebagai saran dan juga rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis pada bab IV dari penelitian ini maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis data penelitian ini, implementasi *business matching* berperan penting dalam meningkatkan daya saing Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Provinsi Lampung. Mengacu pada teori Porter's Diamond yang mencakup empat dimensi utama-kondisi permintaan, kondisi faktor, strategi perusahaan dan struktur persaingan, serta industri terkait dan pendukung-dapat disimpulkan bahwa *business matching* berkontribusi positif dalam menghubungkan pelaku IKM dengan pasar yang lebih luas. Melalui *business matching*, IKM di sektor fashion, kimia, dan logam berhasil memperluas akses ke pasar lokal maupun internasional, meningkatkan jaringan distribusi, dan berkolaborasi dengan berbagai mitra bisnis. Misalnya, pelaku usaha di sektor fashion berhasil meningkatkan skala pasar melalui jaringan yang dibangun dengan berbagai instansi. Namun, dampak *business matching* tidak dirasakan secara merata, karena sektor kuliner masih menghadapi tantangan dalam memperluas akses pasar dan meningkatkan cakupan pasar, menunjukkan bahwa perlu ada penyesuaian strategi agar semua sektor dapat memperoleh manfaat yang optimal dari program ini.
2. Pada dimensi kondisi faktor, *business matching* berhasil memberikan dorongan signifikan terhadap peningkatan daya saing IKM dengan memberikan akses yang lebih baik ke sumber daya penting, seperti bahan baku, tenaga kerja, modal, teknologi, dan pengetahuan. Hal ini terlihat terutama di sektor fashion dan kimia, di mana pelaku usaha berhasil mendapatkan akses ke sumber bahan baku berkualitas dan modal untuk

meningkatkan kapasitas produksi. *Business matching* juga membuka peluang kolaborasi antara pelaku IKM dengan lembaga keuangan dan penyedia teknologi yang mendukung inovasi dan peningkatan kualitas produk. Namun, tantangan tetap ada di sektor kriya, logam, dan kuliner, di mana beberapa pelaku usaha masih mengalami kendala dalam memperoleh teknologi terbaru dan bahan baku yang diperlukan. Meskipun ada penawaran modal melalui *business matching*, sebagian pelaku usaha memilih untuk tidak mengambil semua bentuk bantuan yang ditawarkan, menunjukkan bahwa keputusan terkait permodalan masih bergantung pada kebijakan dan preferensi masing-masing pelaku usaha.

3. Dari sisi strategi perusahaan dan struktur persaingan, *business matching* memberikan wawasan berharga kepada pelaku IKM mengenai ancaman dari produk asing dan pesaing lokal, yang mendorong mereka untuk cepat beradaptasi dan menyusun strategi yang lebih efektif. Pelaku usaha di sektor fashion dan logam, misalnya, menyadari pentingnya menjaga kualitas produk dan terus berinovasi agar tetap kompetitif. Mereka juga memanfaatkan hasil dari *business matching* untuk mengembangkan strategi diversifikasi produk dan memperkuat branding, yang membantu meningkatkan daya saing di pasar domestik maupun internasional. Di sisi lain, sektor kuliner masih merasakan tantangan dalam hal strategi persaingan, terutama dalam meningkatkan jangkauan pasar dan memperkenalkan produk secara efektif kepada konsumen potensial. Ini menunjukkan perlunya fokus lebih besar pada aspek pemasaran dan branding dalam implementasi *business matching*, terutama untuk sektor yang masih berjuang untuk bersaing secara efektif di pasar.
4. Dalam dimensi industri terkait dan industri pendukung, *business matching* berfungsi sebagai penghubung antara pelaku IKM dan penyedia bahan baku, lembaga keuangan, serta media promosi. Hubungan yang terjalin melalui program ini tidak hanya memberikan manfaat berupa peningkatan kapasitas produksi, tetapi juga membantu pelaku IKM

memperluas akses ke modal dan memperkuat posisi kompetitif di pasar. Di sektor fashion dan logam, kolaborasi dengan penyedia bahan baku dan lembaga keuangan terbukti penting dalam menjaga kontinuitas produksi dan mendukung ekspansi usaha. Namun, di sektor kuliner, manfaat ini belum dirasakan secara penuh, menunjukkan bahwa dukungan yang lebih besar diperlukan dalam hal akses ke sumber daya dan promosi produk. *Business matching* diharapkan dapat lebih banyak memfasilitasi kerjasama yang saling menguntungkan, membangun kepercayaan antar pelaku industri, dan memastikan dukungan dari lembaga terkait.

5. Dari perspektif bisnis Islam, implementasi *business matching* selaras dengan prinsip-prinsip etika Islam yang menekankan transparansi, keadilan, dan kepedulian sosial. Dalam konteks ini, *business matching* yang dilakukan dengan adil dan transparan memberikan kesempatan bagi pelaku IKM untuk bersaing secara sehat, berinovasi, dan menciptakan produk berkualitas tanpa melanggar syariah. Pelaku usaha didorong untuk mematuhi prinsip-prinsip keadilan dalam penetapan harga, transparansi dalam proses transaksi, dan kepedulian terhadap kesejahteraan sosial melalui kolaborasi yang mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat. Zakat dan sedekah sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) juga dapat diterapkan dalam praktik *business matching*, di mana pelaku usaha diberi kesempatan untuk memberdayakan komunitas lokal dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Dengan demikian, implementasi *business matching* yang berlandaskan nilai-nilai Islam tidak hanya meningkatkan daya saing IKM, tetapi juga membawa keberkahan dan manfaat bagi semua pihak yang terlibat, sesuai dengan tujuan bisnis Islam untuk mencapai ridha Allah SWT.

Secara keseluruhan, implementasi *business matching* di Lampung memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan daya saing IKM di berbagai sektor. Meskipun masih ada beberapa tantangan yang dihadapi, terutama di sektor kuliner, program ini terbukti efektif dalam memperluas akses pasar,

memperkuat jaringan bisnis, dan mendorong kolaborasi yang lebih luas dengan mitra bisnis terkait. Dari perspektif bisnis Islam, program ini juga mendukung terciptanya persaingan yang sehat dan beretika, yang sejalan dengan prinsip keadilan, transparansi, dan kesejahteraan sosial. Untuk mencapai hasil yang lebih optimal, penyesuaian strategi yang lebih spesifik berdasarkan kebutuhan dan karakteristik masing-masing sektor diperlukan agar semua pelaku IKM dapat merasakan manfaat yang penuh dari program ini.

## **B. REKOMENDASI**

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dari penelitian ini, maka penulis mengemukakan beberapa rekomendasi yaitu sebagai berikut :

### **1. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Pada penelitian ini melihat sejauh mana *business matching* dapat meningkatkan daya saing IKM. Maka untuk penelitian selanjutnya adalah meneliti faktor-faktor pendukung dan penghambat implementasi *business matching* di kalangan IKM. Serta populasi yang lebih banyak agar dapat member pemahaman mendalam tentang faktor-faktor ini sangat penting karena akan membantu mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku IKM dalam mengadopsi dan memanfaatkan program *business matching*. Dengan mengetahui hambatan yang ada, langkah-langkah perbaikan yang tepat dapat diambil untuk meningkatkan efektivitas program tersebut. Bagi pelaku industri kecil menengah IKM.

### **2. Bagi Pelaku Industri Kecil Menengah IKM**

Dari hasil penelitian, para pemilik industri kecil menengah IKM harus memanfaatkan program *business matching* dengan baik, dengan memanfaatkan peluang kerja sama yang di tawarkan oleh instansi pemerintahan ataupun perusahaan lain, guna mencapai keunggulan kompetitif yang baik dan berkelanjutan

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfaqih, Abdurrahman. “Prinsip-Prinsip Praktik Bisnis Dalam Islam Bagi Pelaku Usaha Muslim” 24, No. 3 (2018): 448–66.
- “Analisis Strategi Pada Perusahaan Plastik Dengan Porter Five Forces” 3, No. 1 (2015).
- Anees, Syed, Haider Zaidi, Zixiang Wei, Ayfer Gedikli, And Muhammad Wasif. “The Impact Of Globalization , Natural Resources Abundance , And Human Capital On Financial Development : Evidence From Thirty-One Oecd Countries The Impact Of Globalization , Natural Resources Abundance , And Human Capital On Financial Development : Evide.” *Resources Policy* 64, No. January 2021 (2019): 101476. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2019.101476>.
- Anggitya Vitasari. *Indeks Daya Saing Daerah 2023*. Edited By Sarah Fairuz. 1st Ed. Jakarta Pusat: Brin, 2024.
- Badan Pengawasan Keuangan Dan Pembangunan. “Tentang Provinsi Lampung,” 2024. [www.bpkp.go.id](http://www.bpkp.go.id).
- Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung. “Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin (Ribu Jiwa),” N.D. <https://lampung.bps.go.id/indicator/12/804/1/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html>.
- Bakhri, Syaeful. *Membangun Ekonomi Masyarakat Melalui Pengembangan Ikm (Industri Kecil Dan Menengah)*. Edited By Destry Angraen. Yogyakarta: K-Media, 2020.
- Barenlitbang. “Pengembangan Pola Kemitraan Antara Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Dan Industri Kecil Menengah (Ikm) Kota Malang,” 2016, 1–23.
- Bidang Kerjasama, Pengawasan Dan Pembangunan Sumber Daya Industri. “Jumlah Industri Berdasarkan Kriteria Industri Tahun 2023.” Adinda Lampung, 2023.
- Bisnis, Program Manajemen, Program Studi Manajemen, Universitas



- Kristen Petra, And Jl Siwalankerto. "Strategi Pengembangan Bisnis Pt . Abc" 3, No. 2 (2015): 439–46.
- Darussalam, Andi. "Paradigma Bisnis Islam Perspektif Hadis" 6 (2015): 23–42.
- Diamond, Porter, And Model Michael. "Daya Saing Usaha Mikro Kecil :." 22, No. 2 (2020).
- Dinas Perkebunan Provinsi Lampung. "Business Matching Produk Unggulan Perkebunan Provinsi Lampung," 2023.
- Dr. Drs. H. Rifa'i Abubakar, M.A. *Pengantar Metodologi Penelitian*, N.D.
- Fiantika, Feny Rita, And Anita Maharani. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edited By Yuliatr Novita. 1st Ed. Padang, 2022.
- Fiantika, Feny Rita, Mohammad Wasil, S R I Jumiayati, Leli Honesti, S R I Wahyuni, Erland Mouw, Imam Mashudi, Et Al. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, N.D.
- Franiska Bonita Diliansa. *Profil Industri Mikro Dan Kecil 2022*. Edited By Edi Prawoto. *Badan Pusat Statistik*. Vol. 13. Badan Pusat Statistik, 2023.
- Gautam, Raj Kumar, And Raghbir Singh. "Competitive Perception Of Small Indian Manufacturers : A Study Of Punjab Units," 2007, 27–40.
- Hamzah, Ali. "Pengaruh Faktor-Faktor Sosial Terhadap Ijtihad Abu Yusuf" 16 (2016): 21–39.
- Hardani, Auliya, N.H, Andriani, H., Fardani, R, A, Ustiawati, J, Utami, E, F. Sukmana, D, J & Istiqomah, R.R. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*, 2020.
- Hasanuddin. "Bank Indonesia Diseminasi Bisaid Dan Business Matching Pembiayaan Bagi Umkm Di Gorontalo," 2024.
- Hashem Valipour, Hamid Birjandi And Samira Honarbakhsh. "The Effects Of Cost Leadership Strategy And Product Differentiation Strategy On The Performance Of Firms" 2, No. 1 (2012): 14–23.

- Hasibuan, Syahrial, Iesyah Rodliyah, Sitti Zuhaerah Thalhah, Paskalina Widiastuti Ratnaningsih, And Andi Aris Mattunruang S E. *Metode Penelitian Kualitatif*. Edited By Muhammad Hasan. 1st Ed. Makasar: Tahta Media Grup, 2022.
- Hesti Ayuningtiyas. *Profil Industri Mikro Dan Kecil Provinsi Lampung 2020*. Vol. 150. Lampung: Bps Provinsi Lampung, 2020.
- Humas Diy. “Meningkatkan Kapasitas Umkm Melalui Business Matching2023,”2023.  
<https://Jogjaprov.Go.Id/Berita/Meningkatkan-Kapasitas-Umkm-Melalui-Business-Matching-2023>.
- Imam Gunawan. *Metode Penelitian Kualitatif Teori Dan Praktik*. Edited By Nunuk Suryani. 1st Ed. Malang: Pt Bumi Aksara, 2013.
- Industri, Bidang Sarana Dan Prasarana. “Data Sentra Ikm Lampung 2022.” Adinda Lampung, 2023.
- Jasfar Muhajra. “Hukum Industri Dalam Islam Yang Di Terapkan Di Dalam Ekonomi Syariah,” N.D.
- Kementrian Perdagangan Ri. “Business Matching Antara Eksportir Indonesia Dengan Buyer Kanada,” 2020.
- Kurniadi; Ibrahim, Syafei; “Business Matching Model.” *International Journal Of Business Information Systems Strategies (Ijbiss)* 10, No. 4 (2021): 1–18.
- Lampung, Badan Pusat Statistik Provinsi. “Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota (Ribu Jiwa),” 2024.  
<https://Lampung.Bps.Go.Id/Indicator/12/801/1/Jumlah-Penduduk-Menurut-Kabupaten-Kota.Html>.
- “Laporan Kinerja Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Lampung Tahun 2022” 77 (2023).
- Lestari, Wiji, Rizal Syarief, And Komar Sumantadinata. “Competitiveness Improvement Strategy Of Indonesia Processed Tuna In The International Market.” *Manajemen*

*Ikm* 8, No.1(2013):36–44.  
[Http://Journal.Ipb.Id/Index.Php/Jurnalmpi/](http://Journal.Ipb.Id/Index.Php/Jurnalmpi/).

- Marselina, Resya Dwi, Alya Putri Agustina, Indah Siti Aulya, And Ulfiana Hanifah. “Strategi Pemasaran Melalui Jaringan Bisnis Untuk Meningkatkan Penjualan Buku Do ’ A Pada Percetakan Cv . Aslan Grafika” 2, No. 2 (2023).
- Misno, Abdurrahman. “Pengertian, Tujuan, Dan Prinsip-Prinsip Bisnis Islam,” N.D.
- Mi Denny Tewu. “Jurnal M A N A J E M E N” Iv, No. 6 (2017).
- Mohamad, Rifki, And Idris Yanto Niode. “Analisis Strategi Daya Saing (Competitive Advantage) Kopia Karanji Gorontalo.” *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis* 13, No. 1 (2020): 1–14. <https://doi.org/10.37479/jkeb.v13i1.7062>.
- Muchtar, Evan Hamzah. “Konsep Hukum Bisnis Syariah Dalam Al-Qur’an Surat Al-Baqarah [2] Ayat 168-169 (Kajian Tematis Mencari Rezeki Halal) Evan.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 04, No. 07 (2015): 156–70.
- Mujia Raharjo. *Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif*. Malang, 2011.
- Nur, Mahfuz. “Produksi Dalam Islam,” 2006, 1–23.
- Operator Ppid Lampung. “Sejarah Lampung.” Ppid Provinsi Lampung, 2021.
- Ppid Lampung. “Business Matching, Festival Rempah Dan Lada Lampung Momentum Perluas Pasar, Tingkatkan Daya Saing Produsen Rempah Dan Lada Lampung.” Ppid.Lampungprov, 2023.
- Porter, Michael E. “The Competitive Advantage Of Nations,” 1990.
- Purnamasari, Hanny, Universitas Singaperbangsa Karawang, Rachmat Ramdani, And Universitas Singaperbangsa Karawang. “Implementasi Program Pengembangan Industri Kecil Menengah ( Ikm ) Oleh Dinas Perindustrian Kabupaten Bekasi Implementasi Program Pengembangan Industri Kecil Menengah ( Ikm ) Oleh Dinas Perindustrian Kabupaten,” No.

August (2022).

- Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Edited By Syahrani. Banjarmasin: Antasari Press, 2011.
- Rahman, Supandi. "Bisnis Dalam Islam." *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1, No. April (2020): 54–62.
- Rakanita, Amanda Mastisia. "Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak." *Jurnal Ekbis* 20, No. 2 (2019): 1280.
- Ratnasari, Andri, And Drs H Kirwani. "Peranan Industri Kecil Menengah (Ikm) Dalam Penyerapan Tenaga Kerja Di Kabupaten Ponorogo." *Jurnal Pendidikan Ekonomi* 1, No. 3 (2015): 11–17.
- Refiasari, Dinora, S Kom, D Ph, Astria Hijriani, S Kom, And M Kom. "Analisis Lima Kekuatan Porter Pada Marketplace Pakan Ternak Dan Produk Hasil Ternak ( Studi Kasus : Epakan )," 2017.
- Rosti Setiawati. "Networking Dalam Pengembangan Manajemen Bisnis Ukm Dan Koperasi," No. 2011 (2013): 157–62.
- Sandu Siyoto. *Dasar Metodologi Penelitian*. Edited By Ayup. 1st Ed. Kediri: Literasi Media Publishing, 2015.
- Setiyono, Joko, And Sutrimah Sutrimah. "Analisis Teks Dan Konteks Pada Iklan Operator Seluler (Xl Dengan Kartu As)." *Pedagogia : Jurnal Pendidikan*, 2016. <https://doi.org/10.21070/Pedagogia.V5i2.263>.
- Siane Panther. "Analisis Lima Kekuatan Porter Ud. Bumi Jaya Perkasa" 4, No. 1 (2016): 149–58.
- Soesanto, Heri, Sa'adah Sa'adah, Fitriyatus Sholihah, And Munari Kustanto. "Peningkatan Daya Saing Industri Kecil Menengah (Ikm) Dalam Mendukung Pemulihan Ekonomi Di Kabupaten Sidoarjo." *Jurnal Kebijakan Pembangunan Daerah* 7, No. 1 (2023): 16–31.
- States, United, And Exchange Commission. "United States Securities

- And Exchange Commission Form 10-K Baxter International Inc .” 2019 (2020).
- Studi, Program, Magister Manajemen, Pendidikan Islam, Fakultas Ilmu, Tarbiyah Dan, And Syarif Hidayatullah. “Perguruan Tinggi Swasta ( Studi Kasus Universitas Mercu Buana Jakarta ),” 2022.
- Sudibyoy, Bambang. “Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2007 Tentang Standar Proses Untuk,” 2007.
- Sugiyono. “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.” Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suking, Arifin. *Manajemen Daya Saing Perguruan Tinggi*. Edited By Adri Tri Yuliansyah. 1st Ed. Bandung: Cv Cendekia Press, 2020.
- Sundari, Wiwit. “Analisis Pertumbuhan Industri Non Migas Terhadap Pertumbuhan Domestik Bruto (Pdb) Di Indonesia Tahun 2007-2012.” *Jurnal Internasional* 02 (2012): 4.
- Suwanda. *Manajemen Strategi Industri*. Putra Media Nusantara. Surabaya, 2017.
- Syah, Firman, And Angelica Ersalina Rahmawaty. “Strategi Perancangan Online Business Matching Pada Event Indonesia & Taiwan Business Day” 3 (2022): 11–16.
- Tambunan, Tulus. “Ukuran Daya Saing Koperasi Dan Ukm,” No. 1997 (2014): 1–30.
- Tanguy, Corinne. “Cooperation In The Food Industry : Contributions And Limitations Of The Open Innovation Model Cooperation In The Food Industry : Contributions And Limitations Of The Open” 1 (2016). <https://doi.org/10.3917/Jie.019.0061>.
- Tasya, Raydhiani, Hanny Purnamasari, And Rachmat Ramdani. “Implementasi Program Pengembangan Industri Kecil Menengah (Ikm) Oleh Dinas Perindustrian Kabupaten Bekasi.” *Jurnal Pemerintahan Dan Politik* 7, No. 3 (2022).
- Tulus Tambunan. *Perekonomian Indonesia Teori Dan Temuan*

- Empiris*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001. *Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Indonesia Isu-Isu Penting*. Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- Umar, Husein. “Manajemen Strategik (Konsep Dan Analisis).” In *Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama*, 5:100, 2020.
- Widyastutik. “Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Klaster Umkm Alas Kaki Di Kota Bogor Yang Berdaya Saing.” *Manajemen Dan Agribisnis*, 2010.
- Wiyadi. “Pengukuran Indeks Daya Saing Industri Kecil Menengah (Ikm) Di Jawa Tengah.” *Jurnal Siasat Bisnis* 13, No. 1 (2009): 77–92.
- Yusup Azazy & Rusmani. “Prinsip Bisnis Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam Yusup” V (2018).

