

## BAB IV

### KESIMPULAN

Berdasarkan pertanyaan penelitian yaitu **“Bagaimana upaya Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif industri makanan halal di pasar global pada tahun 2014 – 2019?”** Maka penelitian ini menemukan bahwa industri makanan halal di Indonesia saat ini belum mampu mencapai keunggulan kompetitif karena terhambat oleh beberapa atribut yang belum terbangun.

Posisi Indonesia saat ini belum menempati sepuluh besar pemain global di dalam industri makanan halal sehingga Indonesia perlu meningkatkan keunggulan kompetitifnya agar dapat bersaing di pasar global. Teori *“The Diamond of National Advantage”* yang diusung oleh Michael Porter dapat digunakan sebagai pisau bedah untuk mengetahui posisi Indonesia saat ini dalam industri makanan halal dan untuk mengetahui apa saja yang Indonesia sudah lakukan dan belum dilakukan untuk mencapai keunggulan kompetitif dengan memperhatikan beberapa aspek seperti Kondisi Faktor, Kondisi Permintaan, Industri Terkait dan Pendukung, Strategi Perusahaan, Struktur dan Persaingan, dan Pemerintah.

Porter dalam teorinya menyebutkan bahwasannya keunggulan kompetitif dapat diperoleh apabila seluruh atribut di dalam model berlian berada pada kondisi ideal, sebab kegagalan pada salah satu atribut dapat mempengaruhi keberhasilan atribut lainnya. Apabila dilihat dalam gambaran besar model berlian Porter, dalam pencapaian

keunggulan kompetitif pada industri makanan halal maka dapat diketahui bahwa hanya satu atribut yang berada pada kondisi ideal yaitu kondisi permintaan, tiga atribut lainnya belum berfungsi secara ideal.

**Kondisi permintaan** sebagai salah satu faktor penentu bagi pencapaian keunggulan kompetitif Indonesia dinilai sudah ideal karena secara domestik memiliki segmen pasar yang luas dengan hadirnya 200 juta penduduk muslim yang menjadikan Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia dan kondisi ini akan melahirkan permintaan yang besar. Segmen industri Indonesia juga memiliki daya beli yang kuat terbukti dengan posisi Indonesia yang saat ini menduduki posisi pertama sebagai negara dengan nilai konsumsi produk halal terbesar di dunia. Selain kondisi permintaan domestik yang baik, Indonesia dalam keanggotaannya di OKI juga memperluas akses pasar ke negara – negara anggota OKI yang notabeneanya memiliki 1,3 miliar penduduk muslim sehingga potensi permintaan semakin tinggi.

**Kondisi faktor** Indonesia saat ini dinilai belum ideal karena Indonesia belum memiliki faktor khusus dengan spesialisasi tinggi pada industri makanan halal. Bahkan, Indonesia saat ini baru akan mengembangkan dan membuat zona industri halal. Hal ini baru saja merupakan langkah awal, dan perjalanannya masih jauh untuk sampai pada kondisi faktor yang memadai untuk dapat bersaing di pasar global.

Belum terbangunnya kondisi faktor juga mengindikasikan hal yang serupa pada **industri terkait dan pendukung**. Indonesia sendiri saat ini belum memiliki *interconnected industries* pada industri makanan halal. Zona kawasan industri halal yang akan dikembangkan nantinya akan menjadi *interconnected industries* yang

berkonsep *one stop service* dimana mencakup industri hulu dan hilir. Ketika *supplier* dan *end-user* berada pada lokasi yang berdekatan maka dapat melahirkan keunggulan kompetitif dengan memanfaatkan keuntungan dari adanya komunikasi yang singkat, penyebaran informasi yang cepat, serta pertukaran ide dan inovasi yang berkelanjutan. Indonesia masih perlu bekerja keras untuk sampai pada perealisasi atribut ini karena pengembangan industri makanan halal masih pada tahap perancangan sehingga dibutuhkan komitmen serta aksi nyata untuk mewujudkannya.

Kesuksesan pada atribut **strategi perusahaan, struktur, dan persaingan** terletak pada tiga hal yaitu keadaan nasional, tenaga terampil, dan persaingan domestik. Persaingan domestik pada industri makanan halal tidak perlu diragukan sebab pelaku usaha makanan halal saat ini tengah menjamur sehingga para pelaku usaha tersebut saling berkompetisi untuk mendapatkan posisi yang strategis di dalam masyarakat. Namun kesuksesan persaingan domestik tidak diimbangi dengan tenaga terampil yang memadai dan perekonomian nasional yang baik.

**Pemerintah** dalam model berlian Porter menjadi determinan yang sangat signifikan karena mempengaruhi keseluruhan atribut di dalam model berlian Porter. Pemerintah memiliki peran penting dalam mendorong industri untuk meningkatkan atau menurunkan keunggulan kompetitifnya melalui kebijakan yang dibuat oleh pemerintah. Upaya yang pemerintah lakukan meliputi perjanjian dagang untuk menurunkan tarif bea masuk, mengatasi adanya perbedaan standar halal di setiap negara, mengatasi proses sertifikasi halal yang mahal bagi pelaku usaha, dan upaya dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya produk halal.

Kempat atribut dalam model berlian Porter dan pemerintah sebagai katalisator harus bekerja secara simultan untuk mencapai keunggulan kompetitif pada industri makanan halal. Kondisi permintaan yang ideal saja tidak dapat membawa industri makanan halal pada keunggulan kompetitif karena tiga atribut lainnya tidak berfungsi secara ideal. Ibarat meja berkaki empat, hanya satu kaki yang menopang keseluruhan bobot meja sehingga meja tersebut miring pada satu sisi saja. Sebaik – baiknya kondisi permintaan yang menciptakan tingginya permintaan baik secara domestik maupun global pun tidak dapat menguntungkan jika tidak diimbangi dengan peningkatan produksi yang harus ditunjang oleh atribut kondisi faktor, industri terkait dan pendukung, serta strategi perusahaan, struktur, dan persaingan.

Akses menuju pasar halal global telah terbuka lebar bagi industri makanan halal Indonesia, potensi untuk menjadi pemain utama pada industri ini sudah didepan mata. Sayangnya, Indonesia masih belum siap untuk menempati posisi tersebut akibat terbatasnya sarana dan prasarana untuk mencapai cita – cita nasional. Namun, industri makanan halal Indonesia saat ini telah menemui titik terang. Apabila pemerintah dan perusahaan bekerja secara simultan dalam meningkatkan keunggulan kompetitif pada industri makanan halal, maka bukan hal yang mustahil bagi Indonesia untuk menjadi pemain utama di pasar global.

Meski analisis dalam tulisan ini memiliki keterbatasan yaitu hanya meneliti upaya yang dilakukan Indonesia dalam meningkatkan keunggulan kompetitif nasional Industri Makanan Halal di pasar global pada tahun 2014 – 2019 saja, namun tulisan ini dapat menjadi gambaran luas akan pentingnya peningkatan keunggulan kompetitif

pada sebuah industri. Hasil penelitian ini juga relevan dan dapat diaplikasikan pada sektor industri lainnya yang masih tertinggal dan belum memiliki posisi yang baik di pasar global.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Bakan dan Dogan. *Competitiveness of the Industries Based on The Porter's Diamond Model: An Empirical Study*. IJJRAS 11 No. 3, 2012.
- Berg, Bruce L. dan Howard Lune. *Qualitative Research Methods for the Social Sciences 8<sup>th</sup> Edition*. United States: Pearson Education Inc, 2015
- Creswell, John W. *Research Design; Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches 4th Ed*. California: Sage Publication, 2014.
- Michael E. Porter. *The Competitive Advantage of Nations*, Boston: Harvard Business Review, 1990.
- Sukirno Sadono, *Makro Ekonomi, Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.
- Yin, Robert K. *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 1996.

### JURNAL AKADEMIK

- Adilla, Wan Satria. "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Makanan Kemasan." 2017, diakses pada 16 September 2019, <https://repository.ar-raniry.ac.id/6005/1/Wan%20Satria%20Adilla.pdf>
- Al Afif Muzakir et al., "Halal Products of Indonesia in ASEAN Economic Community: Brand Prospects & Competitiveness." 2017.
- Anggara, Fajar Surya, "Development of Indonesia Halal Agroindustry Global Market in ASEAN Strategic Assesment", *Jurnal Studi Al Tijarah Vol. 3 No. 1*, 2017, 65 – 78.

- Dewi, Ayu Krisna dan I Ketut Sutrisna, “Pengaruh Kemandirian Keuangan Daerah Dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Indeks Pembangunan Manusia Di Provinsi Bali”, *E-Jurnal EP Unud Vol. 4 No.1*, 2013. 32 – 40
- Nasrullah, A., “Analisis Potensi Industri Halal Bagi Pelaku Usaha di Indonesia”, *Jurnal Studi Islam dan Muamalah*, 2018, 60-66.
- Nigel F. Piercy, et al., “Sources of Competitive Advantage in High Performing Exporting Companies,” *Journal of World Business*, 33(4) (1998), 380.
- Nurrachmi, Rininta., “The Global Development of Halal Food Industry: A Survey”, *Munich Personal RePEc Archive*, Volume 11(1), 2017.
- Sayekti, Nidya Waras., “Jaminan Produk Halal dalam Perspektif Kelembagaan”, *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, Vol. 5 No. 2, 2014.
- Sjahril, S, “Simulasi Dampak Liberalisasi Perdagangan Bilateral RI-China terhadap Perekonomian Indonesia: Sebuah Pendekatan SMART Model”, *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan Vol. 6 No. 2*, 2013, 86-97
- Sun, P. dan Heshmati, A, “International Trade and its Effects on Economic Growth in China”, *Jurnal Diskusi IZA DP No. 5151*, 2010.
- Thomson Reuters, *State of The Global Islamic Economy Report 2018/19*, 2019, halaman 39.

## **LAPORAN DAN PUBLIKASI**

- Edbiz Consulting. *Global Islamic Finance Report 2013: Halal Industry and Islamic Finance*. 2013. Halaman 140 – 158.
- Global Islamic Economy Indicator. “Data Collection”, *Thomson Reuters*, 2019, diakses pada 19 Oktober 2019, <https://www.zawya.com/giei/#>
- Global Islamic Economy Indicator, “GIEI Concept”, *Thomson Reuters*, 2019, diakses pada 19 Oktober 2019, <https://www.zawya.com/giei/#>

- Global Islamic Economy Indicator, “Indicator Calculation Methodology”, *Thomson Reuters*, 2019, diakses pada 19 Oktober 2019, <https://www.zawya.com/giei/#>
- Global Islamic Economy Indicator, “Indicator Methodology”, *Thomson Reuters*, 2019, diakses pada 19 Oktober 2019, <https://www.zawya.com/giei/#>
- Global Islamic Economy Indicator, “The GIEI”, *Thomson Reuters*, 2019, diakses pada 19 Oktober 2019, <https://www.zawya.com/giei/#>
- Organisation of Islamic Cooperation, *History*, diakses pada 30 Oktober 2019, [https://www.oic-oci.org/page/?p\\_id=52&p\\_ref=26&lan=en](https://www.oic-oci.org/page/?p_id=52&p_ref=26&lan=en)
- Pew research center, *Muslim population of Indonesia*, 2010, diakses pada 16 September 2019, <https://www.pewforum.org/2010/11/04/muslim-population-of-Indonesia/>
- Pew Research Center, *World’s Muslim Population More Widespread Than You Might Think*, diakses pada 7 Februari 2018, <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/01/31/worlds-muslim-population-more-widespread-than-you-might-think/>
- Sesric, *OIC Economic Outlook 2018*, 2018, diakses pada 16 September 2019, <http://www.sesric.org/files/article/628.pdf> pg. 50
- Thomson Reuters, *State of The Global Islamic Economy Report 2018/19*, 2019.

## **PERATURAN PERUNDANG – UNDANGAN**

- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2019 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal
- Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal



## PUBLIKASI PEMERINTAH

Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional, *Laporan 4 Tahun Pemerintahan Joko Widodo – Jusuf Kalla*, diakses pada 7 Februari 2019, <https://www.bkkbn.go.id/po-content/uploads/Laporan-4-Tahun-Jokowi-JK.pdf>

Badan Pusat Statistik, *Sensus Penduduk 2010*, diakses pada 7 Februari 2019, <https://sp2010.bps.go.id/index.php>

Bank Indonesia, “Produk Domestik Bruto”, diakses pada 7 Februari 2019, <https://www.bi.go.id/id/umkm/penelitian/nasional/pdb/Default.aspx>

Kementerian Komunikasi dan Informatika, *2 Tahun Kerja Nyata Jokowi – JK*, diakses pada 7 Februari 2019, <https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/KSP%2020Tahun%20Jokowi%20JK.pdf>

Kementerian Luar Negeri, *Indonesia dan Tunisia Sepakati Peningkatan Kerjasama Perdagangan pada Konsultasi Bilateral Pertama*, 2019, diakses pada 28 Oktober 2019, <https://kemlu.go.id/tunis/id/news/2246/Indonesia-dan-tunisia-sepakati-peningkatan-kerja-sama-perdagangan-pada-konsultasi-bilateral-pertama>

Kementerian Luar Negeri, *Organisasi Kerjasama Islam (OKI)*, diakses pada 30 Oktober 2019, [https://kemlu.go.id/portal/id/read/129/halaman\\_list\\_lainnya/organisasi-kerja-sama-Islam-oki](https://kemlu.go.id/portal/id/read/129/halaman_list_lainnya/organisasi-kerja-sama-Islam-oki)

Kementerian Perdagangan, *Catat Sejarah Baru, Indonesia dan Bangladesh Mulai Perundingan Pertama PTA*, 2019, diakses pada 28 Oktober 2019, <https://www.kemendag.go.id/files/pdf/2019/02/28/catat-sejarah-baru-Indonesia-dan-bangladesh-mulai-perundingan-pertama-pta-id0-1551353587.pdf>

- Kementerian Perdagangan, *Hidup Sehat dengan Produk Halal*, 2015, diakses pada 23 September 2019, [http://djpen.kemendag.go.id/app\\_frontend/admin/docs/publication/6221448614980.pdf](http://djpen.kemendag.go.id/app_frontend/admin/docs/publication/6221448614980.pdf)
- Kementerian Perdagangan, *Kemendag Terus Gali Peluang Masuki Pasar Produk Halal Negara Anggota OKI*, 2019, diakses pada 16 Oktober 2019, <https://www.kemendag.go.id/files/pdf/2019/09/02/kemendag-terus-gali-peluang-masuki-pasar-produk-halal-negara-anggota-okid-1567404000.pdf>
- Kementerian Perdagangan, *Neraca Perdagangan dengan Negara Mitra Dagang*, 2019, diakses pada 28 Oktober 2019, <https://www.kemendag.go.id/id/economic-profile/Indonesia-export-import/balance-of-trade-with-trade-partner-country?negara=134>
- Kementerian Perdagangan, *Neraca Perdagangan dengan Negara Mitra Dagang*, 2019, diakses pada 28 Oktober 2019, <https://www.kemendag.go.id/id/economic-profile/Indonesia-export-import/balance-of-trade-with-trade-partner-country?negara=135>
- Kementerian Perdagangan, *Neraca Perdagangan dengan Negara Mitra Dagang*, 2019, diakses pada 28 Oktober 2019, <https://www.kemendag.go.id/id/economic-profile/Indonesia-export-import/balance-of-trade-with-trade-partner-country?negara=142>
- Kementerian Perdagangan, *Neraca Perdagangan dengan Negara Mitra Dagang*, 2019, diakses pada 28 Oktober 2019, <https://www.kemendag.go.id/id/economic-profile/Indonesia-export-import/balance-of-trade-with-trade-partner-country?negara=154>
- Kementerian Perdagangan, *Neraca Perdagangan dengan Negara Mitra Dagang*, 2019, diakses pada 28 Oktober 2019, <https://www.kemendag.go.id/id/economic-profile/Indonesia-export-import/balance-of-trade-with-trade-partner-country?negara=214>

- Kementerian Perdagangan, *Pameran Dagang Negara OKI Ke-14: Indonesia Incar Perdagangan dengan Negara Islam*, 2013, diakses pada 23 Oktober 2019, <https://www.kemendag.go.id/files/pdf/2013/10/28/pameran-dagang-negara-oki-ke-14-Indonesia-incar-perdagangan-dengan-negara-Islam-id0-1382960905.pdf>
- Kementerian Perdagangan, *Perkuat Hubungan Dagang: Indonesia – Turki Sepakat Selesaikan Perundingan IT – CEPA Tahun Ini*, 2019, diakses pada 28 Oktober 2019, <https://www.kemendag.go.id/files/pdf/2019/07/13/perkuat-hubungan-dagang-Indonesia-turki-sepakat-selesaikan-perundingan-it-cepa-tahun-ini-id0-1562993582.pdf>
- Kementerian Perindustrian, *Industri Makanan dan Minuman Masih Jadi Andalan*, 2017, diakses pada 21 November 2019, <https://kemenperin.go.id/artikel/18465/Industri-Makanan-dan-Minuman-Masih-Jadi-Andalan>
- Kementerian Perindustrian, *Kemenperin Bikin Kawasan Industri Halal*, 2016, diakses pada 21 November 2019, <https://kemenperin.go.id/artikel/14913/Kemenperin-Bikin-Kawasan-Industri-Halal>
- Kementerian Perindustrian, *Kontribusi UMKM Naik*, diakses pada 16 September 2019, <https://kemenperin.go.id/artikel/14200/Kontribusi-UMKM-Naik>
- Kementerian Perindustrian, *Naik Dibanding 2016, Industri Manufaktur Serap 17 Juta Tenaga Kerja*, 2017, diakses pada 1 November 2019, <https://kemenperin.go.id/artikel/18590/Naik-Dibanding-2016,-Industri-Manufaktur-Serap-17-Juta-Tenaga-Kerja>
- Kementerian Perindustrian, *Produk Halal RI Belum Mendominasi*, 2009, diakses pada 20 November 2019, <https://kemenperin.go.id/artikel/1830/Produk-HalalRI-Belum-Mendominasi>

- Kementerian Perindustrian, *UU Jaminan Produk Halal Harus Direvisi*, 2015, diakses pada 21 November 2019, <https://kemenperin.go.id/artikel/11012/UU-Jaminan-Produk-Halal-Harus-Direvisi>
- Kementerian PPN/Bappenas, *Persaingan Merebut Pasar Industri Halal Makin Kuat*, 2017, diakses pada 20 November 2019, <https://www.bappenas.go.id/id/berita-dan-siaran-pers/persaingan-merebut-pasar-industri-halal-makin-kuat/>
- LPPOM MUI KEPRI, *Biaya Sertifikat, 2019*, diakses pada 23 Oktober 2019, <http://www.halalmuikipri.com/biaya-sertifikat/>
- LPPOM MUI, *Konsumsi Produk Halal, Menangkal Perilaku Nakal*, 2019, diakses pada 16 September 2019, [http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/detil\\_page/48/25991](http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/detil_page/48/25991)
- LPPOM MUI, *Persyaratan Sertifikasi Halal MUI*, 2018, diakses pada 23 Oktober 2019, <http://www.halalmui.org/mui14/main/page/persyaratan-sertifikasi-halal-mui>
- Majelis Ulama Indonesia, *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM – MUI*, 2008, diakses pada 26 Oktober 2019, <http://www.halalmui.org/images/stories/pdf/sjh-Indonesia.pdf>

## **SITUS DARING**

- Andhika Prasetyo, “Biaya Sertifikasi Halal Bervariasi,” *Media Indonesia*, 2019, diakses pada 23 Oktober 2019, <https://mediaIndonesia.com/read/detail/266152-biaya-sertifikasi-halal-bervariasi>
- Andreas Sanjaya, “Kadin Upayakan Sertifikat Halal untuk Pacu Ekspor ke Timteng”, *Bisnis.com*, 2014, diakses pada 30 Oktober 2019, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20140522/12/230190/kadin-upayakan-sertifikat-halal-untuk-pacu-ekspor-ke-timteng>

- Angga Sukmawijaya, “Pemerintah Dorong Ekspor Makanan Halal untuk Perbaiki Defisit”, *Kumparan*, 2019, diakses pada 21 November 2019, <https://kumparan.com/kumparanbisnis/pemerintah-dorong-ekspor-makanan-halal-untuk-perbaiki-defisit-1546498485026152709>
- Anthony Kevin dan Herdaru Purnomo, “Ekonomi RI Cukup Berat, Bahkan Berat Sekali!”, *CNBC Indonesia*, 2019, diakses pada 21 November 2019, <https://www.cnbcIndonesia.com/news/20190813184207-4-91813/ekonomi-ri-cukup-berat-bahkan-berat-sekali>
- Aziz Rahardyan, “Indonesia Pasar Produk Halal Potensial, Ini Saran Erick Thohir,” *Bisnis.com*, 2019, diakses pada 16 Oktober 2019, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190125/12/882169/Indonesia-pasar-produk-halal-potensial-ini-saran-erick-thohir>
- Bawazeer, Mohamad., “Pasar Produk Halal”, *Republika*, 2013.
- Berita Satu, *Indonesia Dapat Jadi Standar Halal Dunia*, 2012, diakses pada 28 Oktober 2019, <https://www.beritasatu.com/nasional/26340/Indonesia-dapat-jadi-standar-halal-dunia>
- Bisnis, *PP Produk Halal Disahkan, Begini Pandangan Kadin*, 2019, diakses pada 16 September 2019, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190709/9/1121867/pp-produk-halal-disahkan-begini-pandangan-kadin>
- Cision, *Global Halal Food Market to Reach US\$ 2,043.2 Billion by 2027 – Coherent Market Insights*, 2019, diakses pada 15 Oktober 2019, <https://www.prnewswire.com/news-releases/global-halal-food-market-to-reach-us-2-043-2-billion-by-2027--coherent-market-insights-300869331.html>
- CNN Indonesia, *Empat Kawasan Industri Halal akan Dikembangkan di Indonesia*, 2019, diakses pada 21 November 2019, <https://www.cnnIndonesia.com/ekonomi/20190618105120-92-404192/empat-kawasan-industri-halal-akan-dikembangkan-di-Indonesia>

- CNN Indonesia, *JK Minta Sri Mulyani Subsidi UKM untuk Urus Sertifikasi Halal*, 2019, diakses pada 26 Oktober 2019, <https://www.cnnIndonesia.com/ekonomi/20191016175102-92-440098/jk-minta-sri-mulyani-subsidi-ukm-untuk-urus-sertifikasi-halal>
- CNN Indonesia, *Kemenag Belum Hukum Produsen yang Tak Urus Sertifikat Halal*, 2019, diakses pada 27 Oktober 2019, <https://www.cnnIndonesia.com/ekonomi/20191016203043-92-440143/kemenag-belum-hukum-produsen-yang-tak-urus-sertifikat-halal>
- CNN Indonesia, *Kenali Gaya Hidup Halal di Smesco Halal Lifestyle Trend 2017*, 2017, diakses pada 27 Oktober 2019, <https://www.cnnIndonesia.com/gaya-hidup/20170611154923-307-220938/kenali-gaya-hidup-halal-di-smesco-halal-lifestyle-trend-2017>
- CNN Indonesia, *Pemerintah Janji Bakal Bantu Sertifikasi Halal UMKM*, 2019, diakses pada 28 Oktober 2019, <https://www.cnnIndonesia.com/ekonomi/20191017113404-92-440303/pemerintah-janji-bakal-bantu-sertifikasi-halal-umkm>
- Elba Damhuri, “Quo Vadis Industri Halal,” *Republika*, 2018, diakses pada 16 Oktober 2019, <https://www.republika.co.id/berita/kolom/wacana/18/12/17/pjv3pu440-quo-vadis-industri-halal>
- Endro Priherdityo, “Jaminan Halal dari Luar Negeri Sama Dengan Halal Dari MUI?” *CNN Indonesia*, 2015, diakses pada 23 Oktober 2019, <https://www.cnnIndonesia.com/gaya-hidup/20151017100852-262-85453/jaminan-halal-dari-luar-negeri-sama-dengan-halal-dari-mui>
- Feby Sutianto, “Ekspor RI ke Negara Islam Masih Terhambat Tarif dan Sertifikat Halal,” *Kumparan*, 2019, diakses pada 20 Oktober 2019, <https://kumparan.com/kumparanbisnis/ekspor-ri-ke-negara-Islam-masih-terhambat-tarif-dan-sertifikat-halal-1rmifila1He>

- Fuji Pratiwi, “Konsumen harus Peduli Produk Halal”, *Republika*, 2016, diakses pada 21 November 2019, <https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/16/01/29/o1phck383-konsumen-harus-peduli-produk-halal>
- Galih Gumelar, “Menakar Mimpi Jokowi Masuk 40 Besar Indeks Kemudahan Bisnis”, *CNN Indonesia*, 2017, diakses pada 1 Desember 2019, <https://www.cnnIndonesia.com/ekonomi/20170609011802-92-220477/menakar-mimpi-jokowi-masuk-40-besar-indeks-kemudahan-bisnis>
- Giras Pasopati, “Tarif Ekspor Indonesia ke Iran Bakal Segera Dipangkas,” *CNN Indonesia*, 2017, diakses pada 28 Oktober 2019, <https://www.cnnIndonesia.com/ekonomi/20170930175720-92-245258/tarif-ekspor-Indonesia-ke-iran-bakal-segera-dipangkas>
- Globe Newswire, *Analysis on the Global Halal Food Market 2015 – 2019 and 2025 Forecast*, 2019, diakses pada 15 November 2019, <https://www.globenewswire.com/news-release/2019/11/11/1944780/0/en/Analysis-on-the-Global-Halal-Food-Market-2015-2019-and-2025-Forecast.html>
- Grand View Research, *Halal Food Market Size Worth \$739.59 billion by 2025*, 2018, diakses pada 15 Oktober 2019, <https://www.grandviewresearch.com/press-release/global-halal-food-market>
- Gulf Business, *Halal Products Not Only for Muslims – Expert*, 2013, diakses pada 16 September 2019, <https://gulfbusiness.com/halal-products-not-only-for-muslims-expert/>
- Husen Miftahudin, “Ketua Kadin: ICCIA Dongkrak Ekspor RI ke Negara OKI”, *Medcom.id*, 2018, diakses pada 30 Oktober 2019, <https://www.medcom.id/ekonomi/mikro/PNg5EQ0k-ketua-kadin-iccia-dongkrak-ekspor-ri-ke-negara-oki>
- Imapela Bogor, “Imapela Sosialisasikan Produk Bersertifikat Halal MUI kepada Masyarakat Sekitar”, *Kumparan*, 2018, diakses pada 21 November 2019,

<https://kumparan.com/imapela-reg-bgr/imapela-sosialisasikan-produk-bersertifikat-halal-mui-kepada-masyarakat-sekitar>

Indonesia Investment, *Can Indonesia Become a Global Force in Halal Food Products?*, 2017, diakses pada 16 September 2019, <https://www.Indonesia-investments.com/news/todays-headlines/can-Indonesia-become-a-global-force-in-halal-food-products/item8150>

Indonesia Investments, *Doing Business 2014 Ranking*, 2013, diakses pada 1 Desember 2019, <https://www.Indonesia-investments.com/news/todays-headlines/world-bank-Indonesia-improves-in-the-doing-business-2014-ranking/item1268>

Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Halal*, diakses pada 16 September 2019, <https://kbbi.web.id/halal>

Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Haram*, diakses pada 16 September 2019, <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/haram>

Kompas, “*Dorong Ekspor Produk Halal, Ini Strategi yang Ditempuh Pemerintah*”, 2018, <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/07/26/091400126/dorong-ekspor-produk-halal-ini-strategi-yang-ditempuh-pemerintah>, diakses pada 17 Oktober 2019.

Kompas, *Negara Mana yang Rajai Industri Halal Dunia?*, 2017, diakses pada 17 Oktober 2019, <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/11/08/205641726/negara-mana-yang-rajai-industri-halal-dunia>

Lenny Tristia, “Indonesia Menjadi Pasar Produk Halal terbesar di Dunia”, *Berita Satu*, 2017, diakses pada 20 November 2019, <https://www.beritasatu.com/ekonomi/462615/Indonesia-menjadi-pasar-produk-halal-terbesar-di-dunia>

Linda Silaen, *Halal Export Could Contributes US\$11B to Indonesian Economy*, 2018, diakses pada 17 Oktober 2019, <https://theinsiderstories.com/halal-export-could-contributes-us11b-to-Indonesian-economy/>



- M Nursyamsi, “BPJPH Gencarkan Sosialisasi Sertifikasi Halal,” *Republika*, 2019, diakses pada 28 Oktober 2019, <https://republika.co.id/berita/pzkcsd370/bpjph-gencarkan-sosialisasi-sertifikasi-halal>
- Maulidina Ramadhani, “Kenali Manfaat Sertifikasi Halal untuk Produsen dan Konsumen,” *Kumparan*, 2018, diakses pada 27 Oktober 2019, <https://kumparan.com/maulidina-ramadhani/kenali-manfaat-sertifikasi-halal-untuk-produsen-dan-konsumen>
- Maximilian Claessens, “The Porter Diamond Model – Analysis of National Competitiveness”, *Marketing Insider*, 2016, diakses pada 16 Desember 2019, <https://marketing-insider.eu/porter-diamond-model/>
- Mordor Intelligence, *Halal Food & Beverage Market – Growth, Trends, and Forecast 2019 – 2024*, diakses pada 15 November 2019, <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/halal-food-beverages-market>
- Muhammad Syakur, “Jika UKM Tak Peduli Standar Halal, Pasarnya Bisa Digarap Asing”, *Hidayatullah*, 2019, diakses pada 21 November 2019, <https://www.hidayatullah.com/berita/nasional/info-halal/read/2019/04/25/163815/jika-ukm-tak-peduli-standar-halal-pasarnya-bisa-digarap-asing.html>
- Mutia Fauzia, “Indonesia Peringkat Pertama untuk Konsumsi Makanan Halal Dunia”, *Kompas.com*, 2018, diakses pada 20 November 2019, <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/12/13/182909026/Indonesia-peringkat-pertama-untuk-konsumsi-makanan-halal-dunia>
- Odilia Setiawati, “15 Komunitas Halal di Indonesia Siap Sebarkan Informasi Halal”, *detikfood*, 2016, diakses pada 21 November 2019, <https://food.detik.com/info-halal/d-3147457/15-komunitas-halal-di-Indonesia-siap-sebarkan-informasi-halal>
- Okezone, *Habiskan Rp 2.465 Triliun, RI Peringkat Pertama Konsumsi Makanan Halal Dunia*, 2018, diakses pada 16 September 2019,

<https://economy.okezone.com/read/2018/12/13/320/1990967/habiskan-rp2-465-triliun-ri-peringkat-pertama-konsumsi-makanan-halal-dunia>

- Oktiani Endarwati, “Potensi Industri Halal Menjanjikan”, *SindoNews.com*, 2019, diakses pada 20 November 2019, <https://ekbis.sindonews.com/read/1432259/34/potensi-industri-halal-menjanjikan-1566441790>
- Perwita & Yani, *Pengantar Ilmu Hubungan Internasional*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006).
- Republika, “Jokowi Ingin Jadikan Indonesia Penghasil Produk Halal Dunia”, 2018, diakses pada 16 September 2019, <https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/18/09/20/pfb2q8383-jokowi-ingin-jadikan-Indonesia-penghasil-produk-halal-dunia>
- Ridho Syukra, “Ekspor Produk Halal RI ke Negara OKI Terhambat Tarif Bea Masuk,” *Investor Daily*, 2019, diakses pada 23 Oktober 2019, <https://investor.id/business/ekspor-produk-halal-ri-ke-negara-oki-terhambat-tarif-bea-masuk>
- Rima Mrad, “Halal Certification and the Need to Set Unified International Standards”, *BSA*, 2017, diakses pada 26 Oktober 2019, <https://bsabh.com/halal-certification-and-the-need-to-set-unified-international-standards/>
- Rini Friastuti, “Buka ICCIA, JK Minta Pengusaha Islam Dunia Tingkatkan Kerja Sama,” *Kumparan*, 2018, diakses pada 30 Oktober 2019, <https://kumparan.com/@kumparannews/buka-iccia-jk-minta-pengusaha-Islam-dunia-tingkatkan-kerja-sama-1540268646261804968>
- Sakina Setiawan, “Negara Mana yang Rajai Industri Halal Dunia, *Kompas.com*, 2017, diakses pada 20 1 November 2019, <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/11/08/205641726/negara-mana-yang-rajai-industri-halal-dunia>

- Septian Deny, “Menaker: RI Kekurangan 57 Juta Tenaga Kerja Terampil hingga 2030”, *Liputan 6*, 2018, diakses pada 21 November 2019, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3572398/menaker-ri-kekurangan-57-juta-tenaga-kerja-terampil-hingga-2030>
- Surianom, et al. “An Analysis of the Definition of Halal: Shari’ah VS Statutes,” *World Academic and Research Congress*, 2015, diakses pada 23 Oktober 2019, [https://www.researchgate.net/publication/287336009\\_AN\\_ANALYSIS\\_OF\\_THE\\_DEFINITION\\_OF\\_HALAL\\_SHARI'AH\\_VS\\_STATUTES](https://www.researchgate.net/publication/287336009_AN_ANALYSIS_OF_THE_DEFINITION_OF_HALAL_SHARI'AH_VS_STATUTES)
- United States Census Bureau, *U.S. and World Population Clock*, diakses pada 7 Februari 2019, <https://www.census.gov/popclock/>
- Universitas Brawijaya, *Masyarakat Indonesia Masih Memposisikan Konsep Halal di Urutan ke Tiga*, 2017, diakses pada 23 Oktober 2019, <https://prasetya.ub.ac.id/berita/Masyarakat-Indonesia-Masih-Memposisikan-Konsep-Halal-di-Urutan-Ke-Tiga-20419-id.html>
- Universitas Brawijaya, *Trend Global Produk Halal Menjadi Gaya Hidup Negara – Negara Non – Muslim*, 2015, diakses pada 16 September 2019, <https://prasetya.ub.ac.id/berita/Trend-Global-Produk-Halal-Menjadi-Gaya-Hidup-Negara-Negara-Non-Muslim-17511-id.html>
- Vanny Rahman, “Benarkah Standar Halal Indonesia Jadi Acuan Dunia?” *IDN Times*, 2019, diakses pada 28 Oktober 2019, <https://www.idntimes.com/business/economy/vanny-rahman/cek-fakta-benarkah-standar-halal-Indonesia-jadi-acuan-dunia/full>
- Vincent Thomas, “Repotnya Sertifikasi Halal untuk UMKM Seperti Warteg & RM Padang,” *Tirto.id*, 2019, diakses pada 23 Oktober 2019, <https://tirto.id/repotnya-sertifikasi-halal-untuk-umkm-seperti-warteg-rm-padang-ejyN>
- World Bank Group, *Doing Business 2020: Economy Profile Indonesia*, 2019, diakses pada 1 Desember 2019, <https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/i/Indonesia/IDN.pdf>

- Yosi Winosa, “Onward Indonesia: Leaders want new ministers to better facilitate implementation of national halal, Islamic finance strategy,” *Salaam Gateway*, 2019, diakses pada 28 Oktober 2019, <https://www.salaamgateway.com/story/onward-Indonesia-leaders-want-new-ministers-to-better-facilitate-implementation-of-national-halal-is>
- Yustinus Andri, “Skala Perjanjian Dagang Indonesia – Pakistan Diperluas,” *Bisnis.com*, 2019, diakses pada 28 Oktober 2019, <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190812/12/1135373/skala-perjanjian-dagang-Indonesia-pakistan-diperluas>
- Yuza Yasya, “Industri Halal di Dunia serta Potensi dan Perkembangannya di Indonesia”, *IBEC FEB UI*, diakses pada 16 September 2019, <http://www.ibec-febui.com/industri-halal-di-dunia-serta-potensi-dan-perkembangannya-di-Indonesia/>

