

ANALISIS STRATEGI PEMERINTAH INDONESIA DALAM MENINGKATKAN EKSPOR PRODUK INDUSTRI HALAL

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)
Dalam Bidang Ilmu Hubungan Internasional**



Disusun oleh:

07041381722183

Muhammad Faiz Azmi

**JURUSAN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
PALEMBANG
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**“ANALISIS STRATEGI PEMERINTAH INDONESIA DALAM
MENINGKATKAN EKSPOR PRODUK INDUSTRI HALAL”**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1 Ilmu Hubungan Internasional**

Oleh :

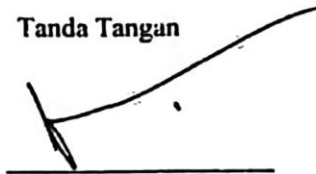
**Muhammad Faiz Azmi
07041381722183**

Pembimbing 1

Tanda Tangan

Tanggal

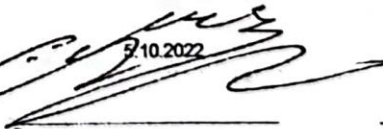
Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si.
NIP. 19790501 200212 1 005



19/10/22

Pembimbing 2

Muhammad Yusuf Abror, S.IP., MA
NIP. 19920827 201903 1 005

5.10.2022


Mengetahui
Ketua Jurusan



Sofyan Effendi, S.IP., M.Si
NIP. 19650427 198903 1 003

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI PEMERINTAH INDONESIA DALAM MENINGKATKAN EKSPOR PRODUK INDUSTRI HALAL

SKRIPSI

Oleh:

Muhammad Faiz Azmi

07041381722183

Telah Dipertahankan di Depan Penguji
Dan dinyatakan Telah Memenuhi Syarat
Pada Tanggal 26 Oktober 2022

Pembimbing

Pembimbing I

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si.

NIP. 19790501 200212 1 005

Pembimbing II

Muhammad Yusuf Abror, S.IP., MA

NIP. 19920827 201903 1 005

Penguji

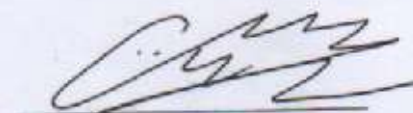
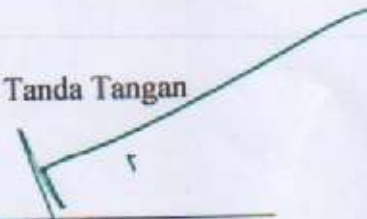
1. Indra Tamsyah, S.IP., M.Hub.Int

NIP. 16100825 250589 0 002

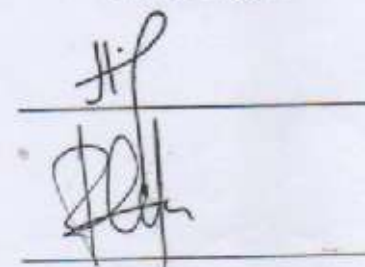
2. Ramdan Lamato, S.Pd., M.Si.

NIP. 19940213 202203 1 010

Tanda Tangan




Tanda Tangan



Mengetahui

Dekan FISIP UNSRI,



Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 19650427 198903 1 003

Ketua Jurusan
Ilmu Hubungan Internasional



Sofyan Effendi, S.IP., M.Si
NIP. 197705122003121003

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tandan dibawah ini:

Nama : Muhammad Faiz Azmi

NIM : 07041381722183

Jurusan : Ilmu Hubungan Internasional

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Pemerintah Indonesia Dalam Meningkatkan Ekspor Produk Industri Halal” ini adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku seduai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat Perguruan Tinggi. Apabila di kemudian hari, ada pelanggaran yang ditemukan dalam skripsi ini dan/atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menganggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Palembang, 24 November 2022



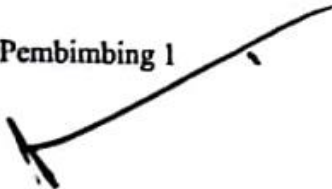
Muhammad Faiz Azmi
07041381722183

ABSTRAK

Krisis kesehatan telah berimbas pada krisis ekonomi. Kegiatan ekonomi dan industri terhambat dan berdampak negatif terhadap kegiatan ekspor dan impor. Pada saat yang bersamaan, hampir seluruh negara menerapkan kebijakan pembatasan perjalanan sehingga kegiatan ekspor dan impor menjadi semakin sulit untuk dilakukan. Akibatnya, volume dan nilai perdagangan dunia mengalami penurunan cukup tajam. Indonesia sendiri pada rentang waktu tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 28.6 Miliar dari tahun sebelumnya, oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan strategi pemerintah Indonesia dalam meningkatkan ekspor khususnya di produk industri halal. Penelitian ini menggunakan studi literatur, dengan fokus pada teori keunggulan kompetitif dengan menjabarkan strategi pemerintah yang meliputi keunggulan strategis, keunggulan taktis, dan keunggulan operasional. Peneliti mengumpulkan data dari Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah yang bergerak di bawah tiga kementerian terkait. Negara menciptakan sebuah produk yang masuk ke pasar internasional, bersaing dengan produk dari negara lain, kemudian memenangkan persaingan. Hal ini menunjukkan pemerintah melakukan langkah-langkah yang baik untuk meningkatkan ekspor, penelitian ini menyajikan strategi pemerintah Indonesia melalui KNEKS dengan mengoptimalkan layanan digital baik pembiayaan, pemasaran dan kapasitas produksi melalui penyediaan *halal market place*, pembentukan inkubator start-up dan sistem informasi terintegrasi untuk *traceability* produk halal, Penguatan literasi SDM, Riset dan Pengembangan. Memperkuat kesadaran publik mengenai konsep ekonomi syariah menuju penyediaan SDM yang berkualitas dan berkompentensi tinggi untuk mampu bersaing dan berinovasi melalui riset dan pengembangan. Selain itu juga untuk memfasilitasi industri dalam meningkatkan inovasi produknya dalam hal ini agar produk lebih variatif dan dapat disukai oleh pangsa pasar yang dituju pada negara lain.

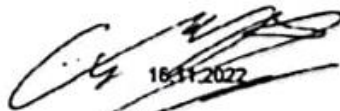
Kata Kunci: Ekspor, Produk Halal, Keunggulan Kompetitif, Industri

Pembimbing 1



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 19790501 200212 1 005


Pembimbing 2



18/11/2022

Muhammad Yusuf Abror, S.IP., MA
NIP. 19920827 201903 1 005

Disetujui oleh
Ketua Jurusan



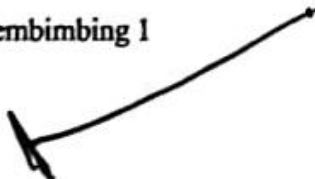
Sofyan Effendi, S.IP., M.Si
NIP. 19650427 198903 1 003

ABSTRACT

The health crisis has resulted in an economic crisis. Economic and industrial activities were hampered and had a negative impact on export and import activities. At the same time, almost all countries implemented travel restriction policies so that export and import activities became increasingly difficult to carry out. As a result, the volume and value of world trade has decreased quite sharply. Indonesia itself in the 2020 period has decreased by 28.6 billion from the previous year, therefore this research aims to identify and explain the Indonesian government's strategy in increasing exports, especially in halal industrial products. This study uses literature studies, focusing on the theory of competitive advantage by describing government strategy which includes strategic advantage, tactical advantage, and operational advantage. Researchers collected data from the National Sharia Economic and Finance Committee which operates under three related ministries. The state creates a product that enters the international market, competes with products from other countries, then wins the competition. This shows the government is taking good steps to increase exports, this research presents the Indonesian government's strategy through KNEKS by optimizing digital services in terms of financing, marketing and production capacity through providing halal market places, establishing start-up incubators and integrated information systems for traceability halal products, Strengthening HR literacy, Research and Development. Strengthening public awareness regarding the concept of Islamic economics towards providing quality and highly competent human resources to be able to compete and innovate through research and development. Apart from that, it is also to facilitate the industry in increasing its product innovation, in this case so that the products are more varied and can be liked by the target market in other countries.

Keywords: Export, Halal Products, Competitive Advantage, Industry

Pembimbing 1



Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si
NIP. 19790501 200212 1 005


Pembimbing 2



18/11/2022

Muhammad Yusuf Abror, S.IP., MA
NIP. 19920827 201903 1 005

Disetujui oleh
Ketua Jurusan



Soryan Effendi, S.IP., M.Si
NIP. 19650427 198903 1 003

KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan karunia, rahmat dan hidayah-Nya. Maka penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Analisis Strategi Pemerintah Indonesia dalam Meningkatkan Ekspor Produk Industri Halal**”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada bidang Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Sriwijaya. Penyusunan skripsi ini tidaklah mudah maka dari itu, penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam penyusunan skripsi tidak terlepas dari kerjasama berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, saran dan bantuan moril maupun material terutama kepada kedua orang tua saya Ayah Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M. dan Ibu Yayat Jauhariati, S.P.

Sebagai tanda penghormatan yang sedalam-dalamnya dari penulis, maka penulis dengan tulus mengucapkan rasa terimakasihnya dan pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ribuan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

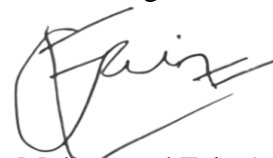
1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Sagaff, MSCE. IPU. ASEAN. Eng. Selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si.. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Sofyan Effendi, S.IP., M.Si Selaku Ketua Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si.. Selaku dosen pembimbing 1 yang selalu meluangkan waktu dan telah banyak memberikan pengarahan, saran dan nasihat serta pandangan yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi dari awal penulisan sampai ke akhir penyusunan.
5. Bapak Muhammad Yusuf Abror, S.IP., MA. selaku dosen pembimbing II yang selalu menyempatkan dan meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan, saran dan nasihat yang sangat membantu penulis, terutama dalam isi, konsep, metodologi, dan Teknik Penulisan yang baik dan benar menyelesaikan skripsi dari awal penulisan hingga akhir penyusunan.

6. Bapak Indra Tamsyah, S.IP., M.Hub.Int selaku dosen penguji proposal penelitian skripsi dan yang memberikan ilmu dan masukan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini
7. Ibu Cynthia Azhara Putri, S.H. M.Kn selaku dosen penguji proposal penelitian skripsi dan yang memberikan ilmu dan masukan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini
8. Ibu Dra. Retno Susilowati, MM selaku Penasihat Akademik yang telah membimbing saya selama melaksanakan studi kuliah.
9. Seluruh dosen di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik umumnya dan khususnya pada dosen di Jurusan Ilmu Hubungan Internasional yang telah banyak membantu selama masa perkuliahan di kampus FISIP UNSRI atas ilmu-ilmu pengetahuan dan pembelajaran yang penulis dapatkan di bangku kuliah.
10. Seluruh Staf Akademik Jurusan Ilmu Hubungan Internasional yang telah banyak memberikan bantuan terutama dalam urusan administrasi.
11. Keluarga tercintaku Randy Hidayat, Yayuk Fitriasia, Brahim Ray Abqary, Zaldia Akbar A., Vera Apriyanti, dan Satria Fajri. Serta seluruh keluarga besarku yang ada di bumi tercinta ini. Terima kasih sudah tiada henti-hentinya memberikanku semangat agar cepat menyelesaikan skripsi.
12. Sahabatku Rafli Rizha Pratama, Dery Rizki Ramadhan, Farid Ihsan, M Ichsan Fathonyang sering memberikan nasehat supernya serta bagian cerita kehidupan perkuliahan.
13. Seluruh teman-teman seperjuangan Ilmu Hubungan Internasional angkatan 2017 yang telah bersama-sama menempuh perkuliahan.

Terakhir penulis mengucapkan terimakasih, kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dorongan, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Semoga Allah SWT membalas budi baik dan jasa kalian.

Palembang, Oktober 2022



Muhammad Faiz Azmi
07041381722183

DAFTAR ISI

Halaman Depan	i
HALAMAN PEERSETUJUAN PENGUJI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori.....	13
2.2.1. Teori Keunggulan Kompetitif	13
2.2.2. Perdagangan Internasional	16
2.3. Kerangka Pemikiran.....	19

BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1. Desain Penelitian.....	20
3.2. Definisi Konsep.....	20
3.3. Fokus Penelitian.....	21
3.4. Unit Analisis	22
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	22
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.7. Teknik Keabsahan Data	23
3.8. Teknik Analisis Data.....	24
 BAB IV SEJARAH INDUSTRI HALAL	 25
4.1. Ruang Lingkup Industri Halal.....	27
4.2. Kondisi Industri Halal di Indonesia	30
4.3. Kriteria Sistem Jaminan Produk Halal di Industri	31
4.4. Peta Jalan Industri Halal	36
4.4.1. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH)	40
4.4.2. Sejarah Penggunaan Label Halal	43
 BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	 46
5.1. Keunggulan Strategis	46
5.1.1. Harga Minimum (Cost Leadership)	46
5.1.2. Keunikan (Generic Strategies)	48
5.2. Keunggulan Taktis	68
5.3. Keunggulan Operasional.....	71

BAB VI PENUTUP	79
6.1. Kesimpulan	79
6.2. Saran.....	80
Daftar Pustaka	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kinerja Produk Halal 2020.....	6
Tabel 2.1 Matrik Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3.1 Fokus Penelitian	21
Tabel 5.1 Keunikan Produk.....	48
Tabel 5.2 Potensi Permintaan Pasar Produk Halal Global	73
Tabel 5.3 Potensi Ekspor produk Makanan Dan Minuman Halal.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tren Ekspor Indonesia untuk Sektor Industri Produk Halal.....	5
Gambar 2.1 Alur Kerangka Berpikir	19
Gambar 4.1 Cakupan Sektor Industri Halal Dunia.....	29
Gambar 4.2 Peresmian BPJPH	41
Gambar 4.3 Pergantian Logo Halal	45
Gambar 5.1 Peluang Konsumen	50
Gambar 5.2 Tren Ekspor Minuman Indonesia – Jepang	62
Gambar 5.3 Aplikasi iHalal	69
Gambar 5.4 Ekspor-Import Perdagangan Indonesia-China.....	76
Gambar 5.5 Ekspor-Import Perdagangan Indonesia-Turki	77

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia mengalami banyak perkembangan teknologi termasuk di dalam globalisasi saat ini meningkatnya media transportasi, informasi dan komunikasi. Semakin berkembangnya teknologi transportasi, komunikasi dan informasi, maka sangat mungkin kegiatan perekonomian yang berupa arus barang dan jasa akan lebih cepat berjalan. Hal yang utama merupakan kegiatan perdagangan internasional yang melintasi batas-batas teritorial sebuah negara. Pembahasan perdagangan internasional akan berhubungan dengan sarana untuk melakukan pertukaran barang serta jasa internasional akan menjadi penghubung perdagangan dalam negeri dan luar negeri.

Salvatore menyatakan bahwa perdagangan dapat menjadi mesin bagi pertumbuhan (*Trade as engine of growth*, Salvatore, 2004). Jika aktivitas perdagangan internasional adalah ekspor dan impor, maka salah satu dari komponen tersebut atau kedua-duanya dapat menjadi motor penggerak bagi pertumbuhan. Kegiatan ekspor merupakan perdagangan dengan cara mengeluarkan barang dari dalam negeri keluar wilayah pabean Indonesia dengan memenuhi ketentuan yang berlaku. Sedangkan kegiatan impor ialah perdagangan dengan cara memasukkan barang ke dalam wilayah pabean Indonesia dengan memenuhi ketentuan-ketentuan yang berlaku. Kegiatan ekspor-impor ini pada umumnya dapat terjadi apabila terjadi transaksi antara penjual dan pembeli atau eksportir dan importir. Hal ini akan memberikan keuntungan bagi masing-masing pihak. Eksportir dapat menjual barang dengan harga yang lebih dari harga jual sebenarnya. Sedangkan Importir dapat membeli barang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Maksudnya kegiatan ekspor-impor ini dapat

memberikan keuntungan bagi negara-negara yang melakukan kegiatan ini baik yang mengekspor maupun yang mengimpor.

Hal ini menyebabkan terjadinya perdagangan internasional dapat berdampak pada kepentingan ekonomi, sosial, dan politik sebuah negara. Perdagangan internasional pun turut mendorong industrialisasi, globalisasi, dan kehadiran perusahaan multinasional (Hasoloan, 2013). Perdagangan internasional terdapat ekspor, impor dan aliran dana antar negara menjadi sesuatu yang tidak dapat dinafikan perannya dalam pemberian kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi sebuah negara (Rusydia, 2009). Lalu dalam kegiatan ekspor merupakan bagian dari perdagangan internasional yang menjadi keunggulan oleh sebuah negara. Sebab kegiatan ekspor negara di harapkan mampu mendapatkan dan memiliki cadangan devisa.

Secara garis besar ekspor adalah penjualan barang ke luar negeri dengan menggunakan sistem pembayaran, kualitas, kuantitas dan syarat penjualan lainnya yang telah disetujui oleh pihak eksportir dan importir. Melalui ekspor, sebuah negara dapat memperluas pasar bagi produk dalam negeri ke negara-negara lain sehingga dapat menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi sebuah negara (Silitonga, Ishak, & Mukhlis, 2017). Negara mengharapkan keuntungan yang besar dalam kegiatan ekspor namun tidak semua ekspor berhasil sebab banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan tersebut. Hal yang mempengaruhinya kegagalannya antara lain adanya bencana atau hal yang terjadi di luar keinginan.

Sejak awal tahun 2020 semakin banyak pemberitaan mengenai pandemi virus covid-19 yang berasal dari Tiongkok. Pandemi Virus covid-19 menyebabkan kepanikan di Tiongkok dan menimbulkan korban jiwa sampai ribuan orang penduduk Tiongkok. Akibat lainnya, banyak perusahaan kecil, menengah maupun besar yang akhirnya terpaksa menutup usahanya untuk sementara. Selain tidak hanya perusahaan saja yang tutup, ribuan tempat

usaha makanan atau minuman juga terpaksa tutup. Organisasi Kesehatan Dunia (*World Health Organization*) telah menetapkan status gawat darurat global untuk pandemi Covid-19. Dunia menjadi waspada akan pandemi virus ini. Tidak hanya waspada terhadap penyebaran penyakitnya saja akan tetapi juga waspada terhadap dampak yang mungkin terjadi terhadap perekonomian dunia. Menurut Direktur Pelaksana IMF, Kristalina Georgieva, dengan adanya pandemi Covid-19, diperkirakan dalam jangka pendek akan terjadi perlambatan ekonomi global (Tobing, 2020).

Covid-19 adalah suatu penyakit yang disebabkan oleh virus SARS CoV-2 dan memiliki gejala yang mirip dengan flu biasa, yang dapat berlanjut pada sakit parah dan radang paru (Pneumonia), sehingga menyebabkan kesulitan bernafas. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), sebagai sumber acuan dunia dalam menghadapi Covid-19, telah merilis beberapa langkah-langkah perlindungan dasar individu dalam menghadapi Pandemi ini. Fenomena pandemi Covid-19 selalu mengalami peningkatan dari hari ke hari jumlah pasien terinfeksi virus Covid-19 sudah sulit dikendalikan diperlukannya suatu perencanaan yang jelas dan lugas dari pemerintah untuk menanggulangi permasalahan ini. Pandemi Covid-19 sendiri merupakan sekumpulan virus yang berasal dari *subfamili Orthocoronavirinae* dalam keluarga *Coronaviridae* dan *ordo Nidovirales* (Yunus & Rezki, 2020). Virus ini dapat menyerang manusia gejalanya berupa infeksi yang serupa dengan penyakit SARS dan MERS, hanya saja Covid-19 bersifat lebih masif perkembangannya. Indonesia juga merupakan salah satu negara yang terdampak pandemi Covid-19.

Krisis kesehatan telah berimbas pada krisis ekonomi. Kegiatan ekonomi dan industri terhambat dan berdampak negatif terhadap kegiatan ekspor dan impor. Pada saat yang bersamaan, hampir seluruh negara menerapkan kebijakan pembatasan perjalanan sehingga kegiatan ekspor dan impor menjadi semakin sulit untuk dilakukan. Akibatnya, volume dan

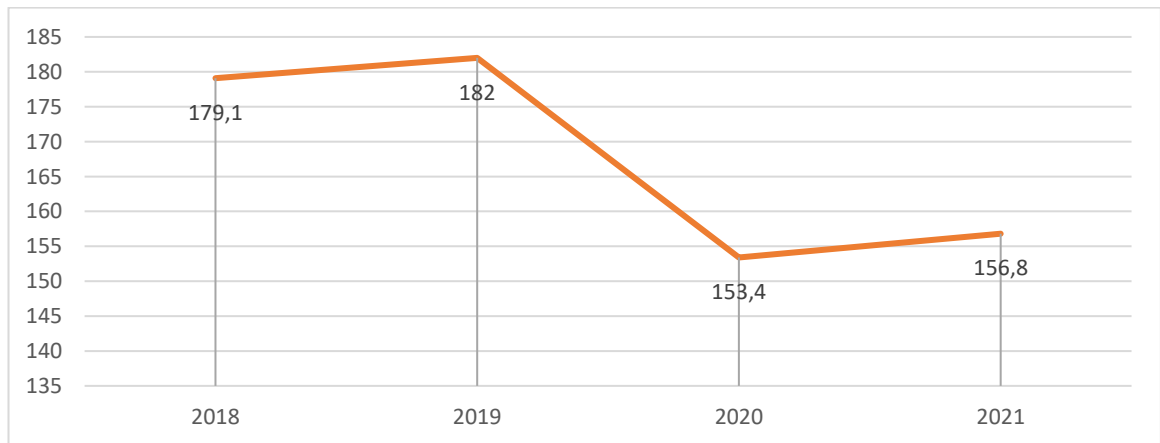
nilai perdagangan dunia mengalami penurunan cukup tajam. *World Trade Organization* (WTO) mencatat volume perdagangan dunia pada kuartal II-2020 mengalami penurunan sebesar 14,3% (WTO 2020). Ke depan, WTO (2020) juga memperkirakan volume perdagangan dunia akan turun sebesar 9,2% hingga akhir tahun 2020.

Kondisi saat ini memperlihatkan krisis kesehatan yang berimbas pada krisis ekonomi yang dapat kita lihat dari berbagai indikator ekonomi. Subjek yang dilihat sangat memungkinkan mengenai produk pangan yang selalu menjadi kebutuhan semua masyarakat. Produk yang digunakan sehari-hari merupakan produk yang habis pakai termasuk yang akan sangat terdampak pada kondisi pandemi saat ini. Salah satunya ialah produk halal secara esensial berfungsi membentuk masyarakat berakhlak mulia dan lebih sehat atau bersih. Produk halal merupakan hal sangat penting, karena makanan mempunyai implikasi terhadap perilaku serta sehat untuk di konsumsi. Oleh karena itu diperlukan strategi yang tepat membangun industri produk halal dalam negeri sehingga berkontribusi secara nyata terhadap pembangunan akhlak. Meningkatnya gaya hidup halal masyarakat dunia berpengaruh pada permintaan produk halal. Banyak negara berkonsentrasi pada bisnis penyediaan produk halal, yang mana pengaturan kehalalan produk disesuaikan dengan syariaah Islam. Perkembangan industri produk halal di negara-negara maju, meskipun umat Islam minoritas seperti Amerika Serikat, namun pola belanja dan konsumsi pangan disesuaikan dengan ketentuan standar halal, begitu juga dengan negara-negara lainnya (Yulia, 2015).

Indonesia adalah negara dengan Penduduk Muslim terbesar di Dunia, yakni 87.2% dari 268 juta penduduk Indonesia, yang merupakan 13% dari seluruh populasi Muslim di dunia namun Ekspor Produk Halal dari Indonesia ke negara-negara Organisasi Kerja sama

Islam (OKI), sebesar 10,7% (urutan ketiga) dan ke pasar global hanya sebesar 3,8%. (Kementerian PPN/Bappenas, 2019).

Gambar 1.1
Tren Ekspor Indonesia untuk Sektor Industri Produk Halal



Sumber: *State of the Global Islamic Economy Report (2018-2021)*

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa tren ekspor Indonesia untuk Sektor Industri Produk Halal pada rentang waktu yang mengalami penurunan secara jelas terlihat penurunan sangat jauh saat tahun 2020 di mana pandemi covid-19 sudah menyebar ke seluruh dunia. Penurunan ini sebesar 28.6 Miliar dari tahun sebelumnya, hal ini menyebabkan pemerintah Indonesia harus membuat strategi yang jitu untuk meningkatkan kembali tren positif dari sektor Industri Produk Halal (Makanan Halal, *Pharmaceuticals* dan Kosmetik) di mana Indonesia termasuk peringkat ke-4 untuk negara Anggota OKI yang ekspor produk halal ke global dan secara global Indonesia menempati peringkat 20 untuk makanan halal, peringkat 23 untuk Kosmetik dan peringkat 48 untuk *Pharmaceuticals*.

Tabel 1.1
Produk Halal Pangan Unggulan 2020

Keterangan	Produk Halal
	Pangan Unggulan
Produk Unggulan Ekspor Indonesia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saus dan olahannya 2. Pasta 3. Ikan Olahan 4. Ekstrak, Esensi dan Konsentrat Kopi 5. Makanan Olahan
Negara Tujuan Ekspor	<ol style="list-style-type: none"> 1. Malaysia (39,76%) 2. Arab Saudi (23,74) 3. Nigeria (6,96%) 4. UEA (6,01%) 5. Yordania (3,03%)

Sumber: Kementerian Perdagangan 2020

Data pada kementerian perdagangan menunjukkan bahwa produk halal pada unggulan ekspor Indonesia menjadi yang sangat di minati negara – negara lain. Produk halal dalam tabel diatas menunjukkan bahwa makanan yang meliputi saus olahan, pasta, ikan olahan, ekstrak, esensi, konsentrat kopi, serta makanan olahan menjadi produk makanan yang banyak di ekspor pada banyak negara yang mayoritasnya muslim. Bukan hanya makanan produk halal yang di produksi oleh Indonesia yaitu kosmetik juga menjadi incaran para negara lain untuk dapat menggunakannya. Pandemi covid -19 yang di hadapi seluruh negara membuat semua orang mengonsumsi banyak makanan sehat maupun mengonsumsi vitamin yang berupa obat-obatan untuk mendukung daya tahan tubuh. Produk halal Indonesia ini menjadi pilihan negara-negara lain untuk mengekspor obat-obatan untuk di konsumsi sebagai vitamin. Dalam hal inilah peneliti ingin melihat strategi pemerintah strategi pemerintah Indonesia dalam meningkatkan ekspor produk industri halal. Sebab dalam tabel produk halal yang di ekspor Indonesia ke negara-negara lain bukan hanya sekedar makan. Selain makanan yang dalam hal ini merupakan makanan halal sebab negara yang

mayoritasnya muslim sangat mempertimbangkan banyak aspek di dalam setiap produknya untuk di gunakan dan aman yang mampu di konsumsi semua masyarakat muslim serta untuk semua masyarakat lainnya.

1.2. Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk menganalisis lebih dalam mengenai “**bagaimana strategi pemerintah Indonesia dalam meningkatkan ekspor produk industri halal ?**”

1.3. Tujuan Penelitian.

Tujuan penelitian secara objektif:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan strategi pemerintah Indonesia dalam meningkatkan ekspor produk industri halal.

Tujuan Penelitian secara subjektif:

1. Untuk memenuhi persyaratan akademis guna memperoleh gelar sarjana (S-1) di Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Universitas Sriwijaya
2. Memperluas pemahaman teori dan aplikasinya dalam kajian Ilmu Hubungan Internasional

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai tambahan informasi dan juga bermanfaat bagi perkembangan ilmu-ilmu sosial khususnya hubungan internasional terutama studi tentang perdagangan internasional.

Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan mampu dijadikan informasi mengenai strategi pemerintah Indonesia dalam meningkatkan ekspor produk halal dan sebagai pertimbangan kebijakan terkait strategi peningkatan ekspor.

Daftar Pustaka

- Aliasar, A., (2019). Strategi Pengembangan Industri Halal Indonesia dalam Menghadapi Dinamika Perekonomian Global. *Panel 3 Persentasi IAI*
- Arifin, S., Rae, D. E., & Joseph, C. P. (2007). *Kerja Sama Perdagangan Internasional: Peluang dan Tantangan Bagi Indonesia*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Balaam, D. N., & Dillman, B. (2014). Introduction to International Political Economy Edition No. 6. New Jersey: Pearson.
- Baso, R. L., & Anindita, R. (2018). Analisis daya saing kopi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 2(1), 1-9.
- Buku Pedoman Penulisan Skripsi*. (2021). Universitas Sriwijaya, Jurusan Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- Can, E., & Hastiadi, F. F. (2020). RCEP dari Perspektif Indonesia: Menguji Faktor Kedekatan Pembangunan Sebagai Strategi Peningkatan Ekspor. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 11(2), 79–92.
- Carpenter, M., & Dunung, S. (2011). *International business*. Wisconsin: Saylor Foundation.
- Ceglinski, P. (2016). The Concept of Competitive Advantages. Logic, Sources and Durability. *Journal of Positive Management*, Vol. 7, No. 3. Torun: Nicolaus Copernicus University
- Damayanti, A. (2022). Mau Jadi Pusat Dunia, RI Punya Platform Digital Ekspor Produk Halal. Diakses pada detik.com di <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5899183/mau-jadi-pusat-dunia-ri-punya-platform-digital-ekspor-produk-halal>
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Rao, P. (2000). The Price Competitiveness of Travel and Tourism: a Comparison of 19 Destinations. *Tourism Management*, 21 (1), 9—22.
- Djalante, R., Lassa, J., Setiamarga, D., Sudjatma, A., Indrawan, M., Haryanto, B., ... & Warsilah, H. (2020). Review and analysis of current responses to COVID-19 in Indonesia: Period of January to March 2020. *Progress in Disaster Science*, 6, 100091.
- Dinarstandard. (2018). *State of the Global Islamic Economy Report 2018/2019*. Dubai Capital of the Islamic Economy
- Dinarstandard. (2019). *State of the Global Islamic Economy Report 2019/2020*. Dubai Capital of the Islamic Economy
- Dinarstandard. (2020). *State of the Global Islamic Economy Report 2020/2021*. Dubai Capital of the Islamic Economy
- Forsyth, P., & Dwyer, L. (2009). Tourism Price Competitiveness. *The Travel & Tourism Competitiveness Report, Cchapter 1.6*. World Economic Forum.
- Gunawan, I. (2022). Ekspor Kopi Indonesia Naik 37 Persen, Kemendag Ungkap Masih Ada Tantangan. Diakses Bisnis.com pada <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220721/12/1557524/ekspor-kopi-indonesia-naik-37-persen-kemendag-ungkap-masih-ada-tantangan>
- Kementerian PPN/Bapenas. (2019). *The Indonesia Masterplan of Sharia Economy 2019-2024*. Jakarta : PT Zahir Syariah Indonesia.

- KNKES. (2021). Strategi Percepatan Ekspor Produk Halal Usaha Kecil Dan Menengah Indonesia. Jakarta: Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS)
- KNKS, (2020). *Strategi Nasional Pengembangan Industri Halal Indonesia*. Jakarta: Komite Nasional Keuangan Syari'ah
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T. S., and Rao, S. Subba. (2006). The Impact of Supply Chain Management Practices on Competitive Advantage and Organizational Performance. *Omega*, 34, 107-124.
- Maswood, J. (2008). *International Political Economy and Globalization: Second Edition*. Danvers: World Scientific Publishing.
- Marlista, F. (2022). Jenis Produk Olahan Pangan Lokal yang Menjadi Primadona di Pasar Internasional. Diakses Bantenesia pada <https://www.bantennews.co.id/bantenesia/jenis-produk-olahan-pangan-lokal-yang-menjadi-primadona-di-pasar-internasional/>
- Mustikaratu. (2022). Tembus Ekspor ke Jepang, Jamu Mustika Ratu Beri Kebanggaan Bagi Indonesia. PT. Mustikaratu
- Mutaya, S. (2017). Para Pengusaha Farmasi Kembali Adakan Pameran Farmasi. Diakses tempo.co pada <https://bisnis.tempo.co/read/856760/para-pengusaha-farmasi-kembali-adakan-pameran-farmasi>
- Nurhalimah, N. (2020). Upaya Bela Negara Melalui Sosial Distancing Dan Lockdown Untuk Mengatasi Wabah Covid-19 (*Efforts to Defend the Country Through Social Distancing and Lockdown to Overcome the COVID-19 Plague*). Available at SSRN 3576405.
- Prabowo, D. (2020). Lepas Ekspor Kosmetik Senilai Rp22,9 Miliar, Mendag: Kemendag Berhasil Jaga Kinerja Ekspor dan Stabilitas Harga Bapok. Diakses PressRelease pada <https://pressrelease.kontan.co.id/release/lepas-ekspor-kosmetik-senilai-rp229-miliar-mendag-kemendag-berhasil-jaga-kinerja-ekspor-dan-stabilit?page=all>
- Porter, M. E. (1985). Technology and competitive advantage. *Journal of business strategy*.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Cambridge: Harvard Business Review.
- Rahardjo P. (2013). *Panduan Budi Daya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta*. Jakarta: Penebar Swadaya
- Setiawan, H., & Ridho, S. L. (2011). *Perdagangan Internasional*. Yogyakarta: Pustaka Nusantara.
- Sutianto, D.S. (2021). Mendag Contohkan Wardah Sebagai Merek Lokal yang Kalahkan Produk Asing. Diakses pada kumparan di <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4499485/tak-cuma-jago-kandang-wardah-bikin-produk-kosmetik-prancis-dan-eropa-gulung-tikar>
- Syamsu, K. (2021). Produk Halal Indonesia: Mampukah Kekuatan Domestik Memenangkan Persaingan Global?. Bogor: Pusat Kajian Sains Halal IPB
- Syamsu, K. (2021). *Manajemen Rantai Pasok Produk Halal*. Bogor: Pusat Kajian Sains Halal IPB

- Telaumbanua, D. (2020). Urgensi Pembentukan Aturan Terkait Pencegahan Covid-19 di Indonesia. *QALAMUNA: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Agama*, 12(1), 59-70.
- Tobing, S. 2020. Virus Corona Tekan Ekonomi Tiongkok, Dunia Waspadai Perlambatan Global. <https://katadata.co.id/sortatobing/indepth/5e9a495e08e92/virus-corona-tekan-ekonomi-tiongkok-dunia-waspada-perlambatan-global>. diakses pada 8 Juli 2021 pukul 09.00
- Utami, R. C., & Hartono, D. (2016). Analisis Daya Saing Harga Pariwisata Indonesia: Pendekatan Elastisitas Permintaan. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 11(1), 93-118.
- Yofa, R. D., Erwidodo, & Suryani, E. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Ekspor dan Impor Komoditas Pertanian. *Logistik Ekspor Impor*, d(3), 149–179.
- Yunita, H. I. D. (2018). Studi Tentang Peluang Dan Tantangan Industri Pangan Halal Terhadap Perekonomian Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah*, 1–19.
- Yunus, N. R., & Rezki, A. (2020). Kebijakan pemberlakuan lock down sebagai antisipasi penyebaran corona virus Covid-19. *Salam: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, 7(3), 227-238.
- Yulia, L. (2015). Halal Products Industry Development Strategy Strategi Pengembangan Industri Produk Halal. *Jurnal Bimas Islam*, 8(1), 123.
- Yulia, R., Adnan, A. Z., & Putra, D. P. (2019). Pengaruh Perbedaan Spesies Luwak Terhadap Kadar Kofein Dari Kopi Luwak Jenis Robusta. *Jurnal Katalisator*, 4(1), 1-8.
- Yusdja, Y. (2016). Tinjauan Teori Perdagangan Internasional dan Keunggulan Kooperatif. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 22(2), 126.