

JURNAL TEKNOTAN

ISSN 1978-1067

DITERBITKAN OLEH:

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN
UNIVERSITAS PADJADJARAN**

dan

PERTETA & PATPI

C A B A N G B A N D U N G

JURNAL TEKNOTAN

Volume 5 Nomor 3 - September 2011

ISSN 1978-1067

Jurnal Teknologi Industri Pertanian
(*Journal of Agro-Industrial Technology*)

Terbit tiga kali setahun: Januari, Mei, September

PELINDUNG

Rektor Universitas Padjadjaran

PENANGGUNG JAWAB

Dekan Fakultas Teknologi Industri Pertanian

DEWAN REDAKSI & RELAKSANA

Ketua:

Prof. Dr. Dipl.-ing. M. Ade Moetangad Kramadibrata, M.Res.Eng.Sc., Ph.D.

Sekretaris :

Robi Andoyo, STP, M.Sc.

Bendahara:

Sarinarulita Rosalinda, S.T., M.T.

Anggota:

Kharistya Amaru, STP, M.T.

Edy Subroto, STP, M.P.

Distribusi:

Ade Chaidir

MITRA BERTARI

Prof. Dr. Nurpilihan Bafdal, Ir., M.Sc (TTA, Unpad)

Prof. Dr. Imas S Setiasih, Ir., SU (Teknologi Pangan, Unpad)

Prof. Carmencita Cahyadi, Ir., M.Sc., PhD (Teknologi Pangan, Unpad)

Prof. Dr. Dipl.-ing. Ade M Kramadibrata, M.Res.Eng.Sc., PhD (Alsintan-Dinamika Tnh & Man. Sumberdaya, Unpad)

Prof. Dr. Roni Kastaman, Ir., MT (Sistem & Manajemen, Unpad)

Prof. Dr. Bambang Prastowo, Ir. (Bio-Energi Pertanian, Puslitbang Perkebunan Deptan)

Prof. Dr. Tinneke Mandang, Ir., MS., Ph.D. (Alsintan, IPB)

Mimin Muhaemin, Ir., M.Eng., PhD (Alsintan, Unpad)

Liliek Sutiarto, Ir., MS., Ph.D. (Intelligent Control & System Analyst, UGM)

Betty D Sophia, Ir. MS. (Teknologi Pangan, Unpad)

Prof. Dr. Ridwan Thahir, Ir. (Teknik Proses Pertanian, Balai Besar Litbang Pascapanen Doptan)

Totok Herwanto, Ir., M.Eng. (Alsintan, Unpad)

Dr. Sarifah Nurjanah, Ir., M.App.Sc. (Teknik Pascapanen Unpad)

Chey Asdak, Ir., M.Sc., Ph.D. (Konservasi Lahan & Lingkungan Unpad)

Handarto, STP, M.Agr.Sc., Ph.D. (Bangunan & Lingkungan, Unpad)

Prof. Dr. Budirahardjo, Ir., MS. (Teknik Pangan & Pascapanen, UGM)

Cucu S Achyar, Ir., MS. (Teknologi Pangan, Unpad)

Dr. Abraham Suriadikusumah, Ir., DEA (Fisika & Remediasi Tanah, Unpad)

PENERBIT

Fakultas Teknologi Industri Pertanian Universitas Padjadjaran (FTIP UNPAD)

PERTETA Cabang Bandung dan Sekitarnya, dan

PATRI Cabang Bandung

Alamat Redaksi

Fakultas Teknologi Industri Pertanian Universitas Padjadjaran

Jl. Raya Jatinangor KM 21 Bandung 40600 Telp./Fax.: 022-779 5780

Website: <http://www.ftip.unpad.ac.id>. - Email: jurnal.teknotan@yahoo.com

PERCETAKAN

Percetakan Giratuna Jl. Raya Jatinangor No 161A

ANALISIS KEKUATAN KEUNGGULAN KOMPARATIF DAN KOMPETITIF INDONESIA DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING AGROINDUSTRI HALAL

Strength Analysis of Indonesian Comparative and Competitive Advantages in Increasing Halal Agro-Industry Competitiveness

Dwi Purnomo¹, E. Gumbira-Sa'id², Anas M. Fauzi², Khaswar Syamsu², Muhammad Tasrif³

¹ Dosen FTIP Unpad; ²Guru Besar Teknologi Industri Pertanian IPB;

³ Dosen dan Peneliti Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan ITB
Email: dwighy@yahoo.com

ABSTRACT

Mapping of competitive and comparative power of Indonesian Agro-Industry and Halal-Business in the increasing international markets is needed to guarantee its halal business in international markets, particularly in ASEAN member countries. Quantitative SWOT Analysis had been used as strategic planning method to evaluate the occurrence of strengths, weaknesses, opportunities and threats in existing Indonesian halal agro-industry. Five factors categorized had been analyzed with 12 competitive key factors which were proven able of transforming comparative advantages into competitive ones. Evaluation carried out by seventeen national agro-industry stakeholders, consisting of policy makers, agro-industrial experts and halal industrial observers. The results showed that Halal- Agro-industry can be a highly regarded policy alternative (score 4.19 of strength and -2.25 of weakness), considering it is harmoniously and simultaneously linkage the development of upstream industries of agriculture, industrials, agriculture downstream and its support services.

Keywords: Quantitative SWOT analysis, Halal, Agro-industry, Comparative, Competitive

ABSTRAK

Pemetaan keunggulan daya saing komparatif dan kompetitif agro-industri dan bisnis halal Indonesia diperlukan untuk menjamin keberhasilan bisnis halal di pasar internasional, terutama di negara-negara anggota ASEAN. Analisis SWOT- kuantitatif digunakan sebagai metode perencanaan strategis dan untuk mengevaluasi kekuatan,kelemahan, peluang dan ancaman yang terjadi pada agroindustri halal eksisting Indonesia. Lima faktor yang dikelompokkan dianalisa dengan dua belas faktor daya saing yang dinilai untuk mengubah keunggulan komparatif menjadi keunggulan kompetitif. Penilaian dilakukan oleh tujuh belas responden pelaku agroindustri halal nasional yang terdiri atas pengambil kebijakan, industri pakar dan pengamat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Agroindustri halal dapat menjadi alternatif kebijakan yang sangat baik (skor kekuatan 4,19 dan skor kelemahan -2,25), mengingat kemampuannya melibatkan keterkaitan antara pengembangan industri hulu pertanian, industri hilir pertanian serta jasa-jasa pendukung secara harmonis dan simultan

Kata kunci : Analisis SWOT kuantitatif, Halal, Agroindustri, Komparatif, Kompetitif

PENDAHULUAN

Perkembangan Industri halal saat ini melibatkan telah melibatkan 122 negara, mencakup 1,65 miliar populasi Muslim, setara dengan nilai bisnis senilai US\$ 500 Miliar. Negara-negara ASEAN, bahkan Malaysia dan Thailand dalam perkembangannya menjadi pelaku bisnis halal yang berkembang pesat. Jika dibandingkan Indonesia, kedua negara

tersebut memiliki kemampuan produksi dan perdagangan berbasis halal dengan sinergisme yang sangat kuat. Dalam perkembangan saat ini, komunitas Muslim bukanlah satu-satunya yang memproduksi dan mengkonsumsi produk halal tetapi merambah ke komunitas lain yang mengenal halal sebagai produk yang memiliki mutu yang tinggi. Pasar halal internasional tumbuh pesat dan berpotensi mencapai dua miliar konsumen Muslim di seluruh dunia (HDC, 2009).

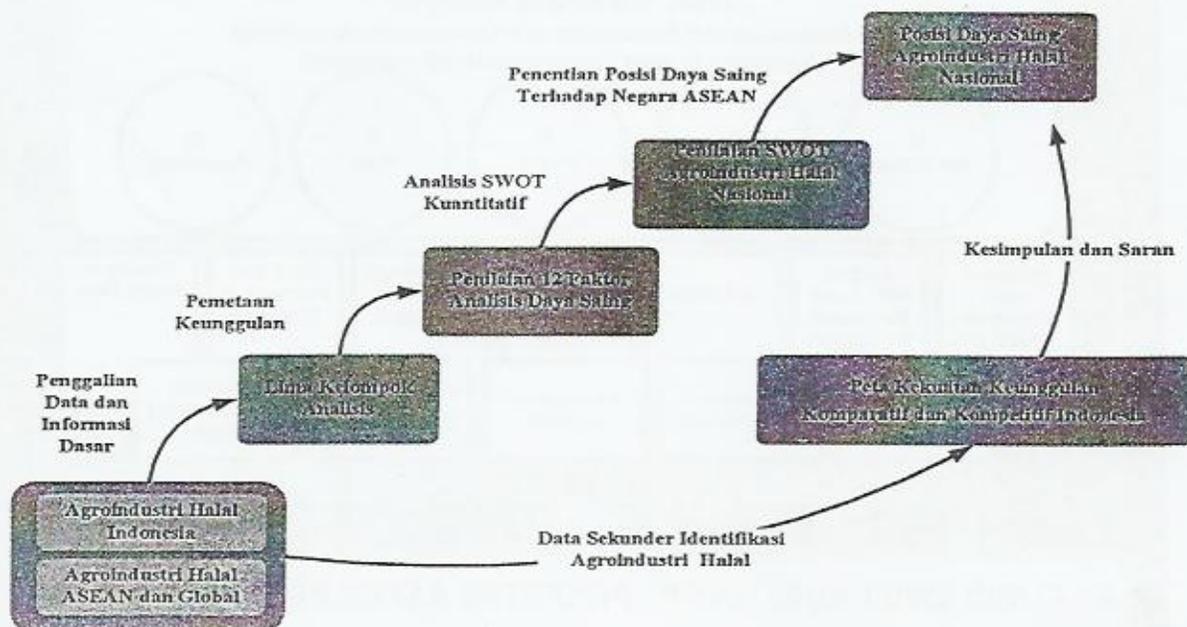
Bisnis halal global bahkan berkembang lebih jauh karena jangkauannya mengarah ke arah industri barang dan jasa, kemudian menjadi kekuatan besar dalam arena perdagangan dan keuangan dunia. Jika produk halal dan jasa keuangan Islam disatukan akan mencapai lebih dari satu triliun USD per tahun, dan dari pemantauan pasar menunjukkan bahwa tren pertumbuhan yang kuat saat ini meningkat hingga lima sampai sepuluh tahun (Che-Man, 2009).

Menghadapi perkembangan bisnis halal global, Indonesia memiliki banyak keunggulan komparatif (*comparative advantage*) sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia ditambah dengan kekayaan sumber daya agraris dan maritim untuk membangun agroindustri halalnya sebagai pondasi memasuki ketatnya bisnis halal global. Keunggulan komparatif tersebut merupakan fundamental perekonomian yang perlu didayagunakan melalui pembangunan ekonomi terutama dalam menghadapi persaingan dalam bisnis halal internasional. Indonesia perlu menjadikan keunggulan komparatifnya menjadi keunggulan bersaing (*competitive advantage*). Dengan begitu dalam peta persaingan bisnis halal berbasis agroindustri yang dikembangkan di Indonesia memiliki landasan yang kokoh pada sumberdaya domestik, memiliki kemampuan bersaing dan berdayaguna bagi seluruh rakyat Indonesia.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang dilakukan adalah model pendekatan partisipan dan konsultatif. Para para pemimpin industri dan para pembuat kebijakan yang terlibat yang terlibat dalam bisnis dan agroindustri halal Indonesia. Responden menjadi partisipan aktif yang dilibatkan dalam analisis situasi, kemudian dilakukan interpretasi terhadap temuan-temuan yang ada dan pemilihan formulasi serta inisiatif pengembangannya. Proses ini dilakukan terhadap para pelaku pemilik agroindustri dan pembuat kebijakan.

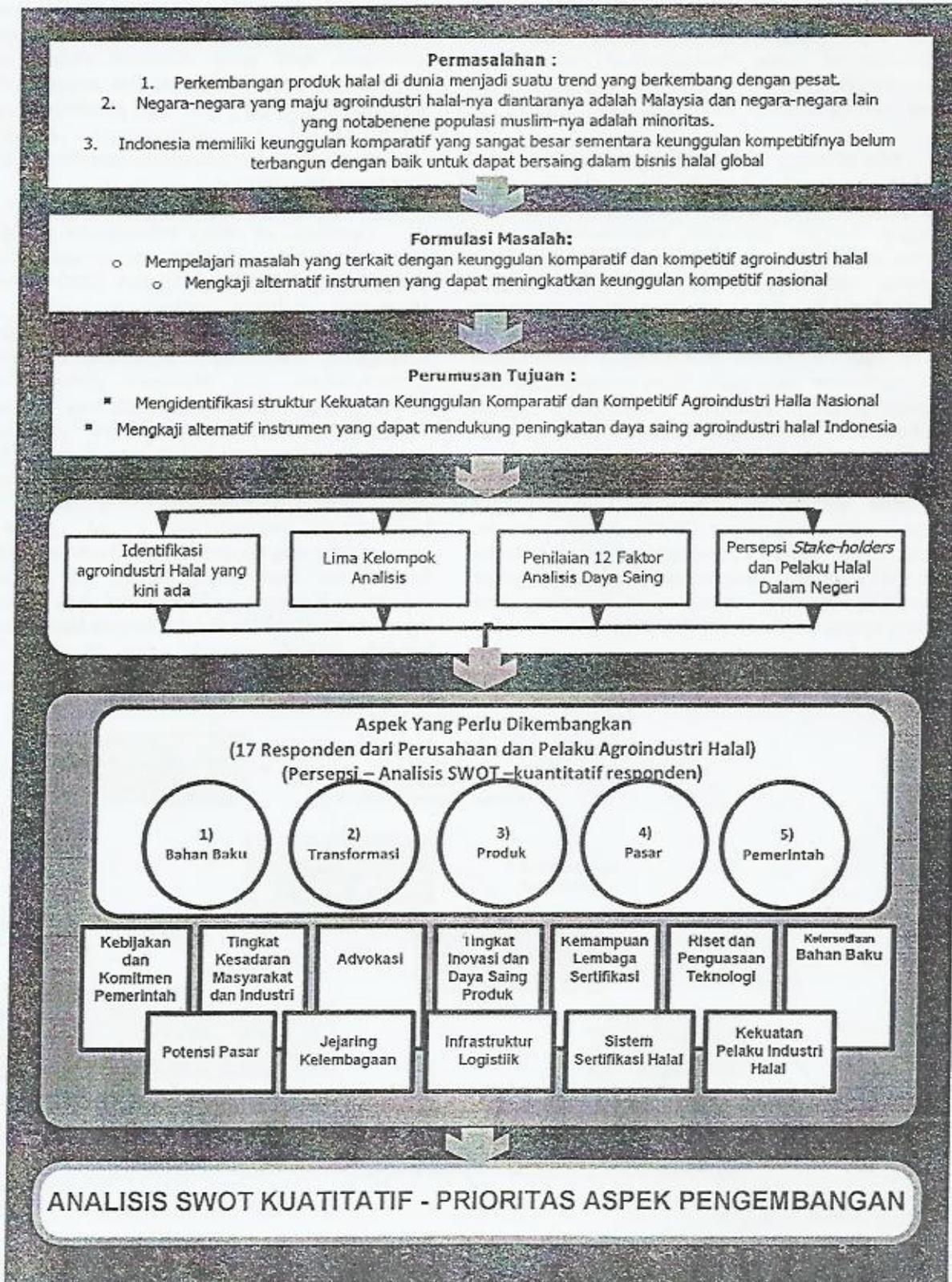
Penelitian ini dibagi menentukan posisi daya saing bisnis halal Indonesia dengan menggunakan analisis SWOT kuantitatif Analisis SWOT kuantitatif digunakan sebagai metode perencanaan strategis dan digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam perkembangan bisnis halal Indonesia. Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor faktor-faktor yang dipertimbangkan adalah faktor internal dan eksternal yang meliputi faktor bahan baku, transformasi, produk, pasar dan pemerintah yang kemudian dijabarkan menjadi dua belas faktor daya saing. Berikut Alur Pemikiran Kekuatan Keunggulan Komparatif dan Kompetitif Agroindustri Halal Nasional Dengan Menggunakan Analisis SWOT-Kuantitatif yang dijelaskan pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Pemikiran Kekuatan Keunggulan Komparatif dan Kompetitif Agroindustri Halal Nasional Dengan Menggunakan Analisis SWOT-Kuantitatif.

TAHAPAN PENELITIAN

Penelitian dilakukan melalui tahapan, seperti yang dijelaskan pada Gambar 2.



Gambar 2. Langkah-langkah Penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasar produk halal Indonesia adalah salah satu tujuan pasar bagi beragam produsen pangan halal impor yang dipasarkan di Indonesia, khususnya pada *hypermarket* dan *supermarket* besar, antara lain meliputi produk pangan fungsional, produk pangan siap saji, produk bahan tambahan makanan, kosmetik dan bahan-baku industri. Beragam produk yang bersertifikat halal yang telah dikembangkan secara global meliputi daging, buah-buahan, coklat, makanan beku, hewan laut, makanan kaleng, permen, makanan ringan, pasta dan mi, saus, kue, sereal, *seasoning*, bumbu, biskuit dan minuman (Gumbira-Sa'id, 2008).

Perkembangan global tersebut menjadi tantangan bagi produk agroindustri halal Indonesia untuk mengisi potensi pasar halal global secara optimal dengan mengisi kemampuannya untuk mengisi potensi pasar yang sangat besar tersebut. Hal ini dilakukan agar Indonesia terhindar menjadi negara pengimpor terbesar produk-produk halal yang bukan berasal dari negara-negara berpenduduk muslim, dan menguras devisa.

Analisis SWOT kuantitatif melibatkan duabelas aspek pengembangan yang terdiri dari identifikasi faktor-faktor 1) Kebijakan dan komitmen pemerintah, 2) Tingkat kesadaran masyarakat dan industri, 3) Advokasi internasional dan lokal, 4) Tingkat inovasi dan daya saing produk, 5) Kemampuan lembaga sertifikasi, 6) Riset dan pengusahaan teknologi, 7) Ketersediaan bahan baku, 8) Potensi pasar, 9) Jejaring kelembagaan, 10) Infrastruktur logistik, 11) Sistem sertifikasi halal dan 12) Kekuatan pelaku industri halal.

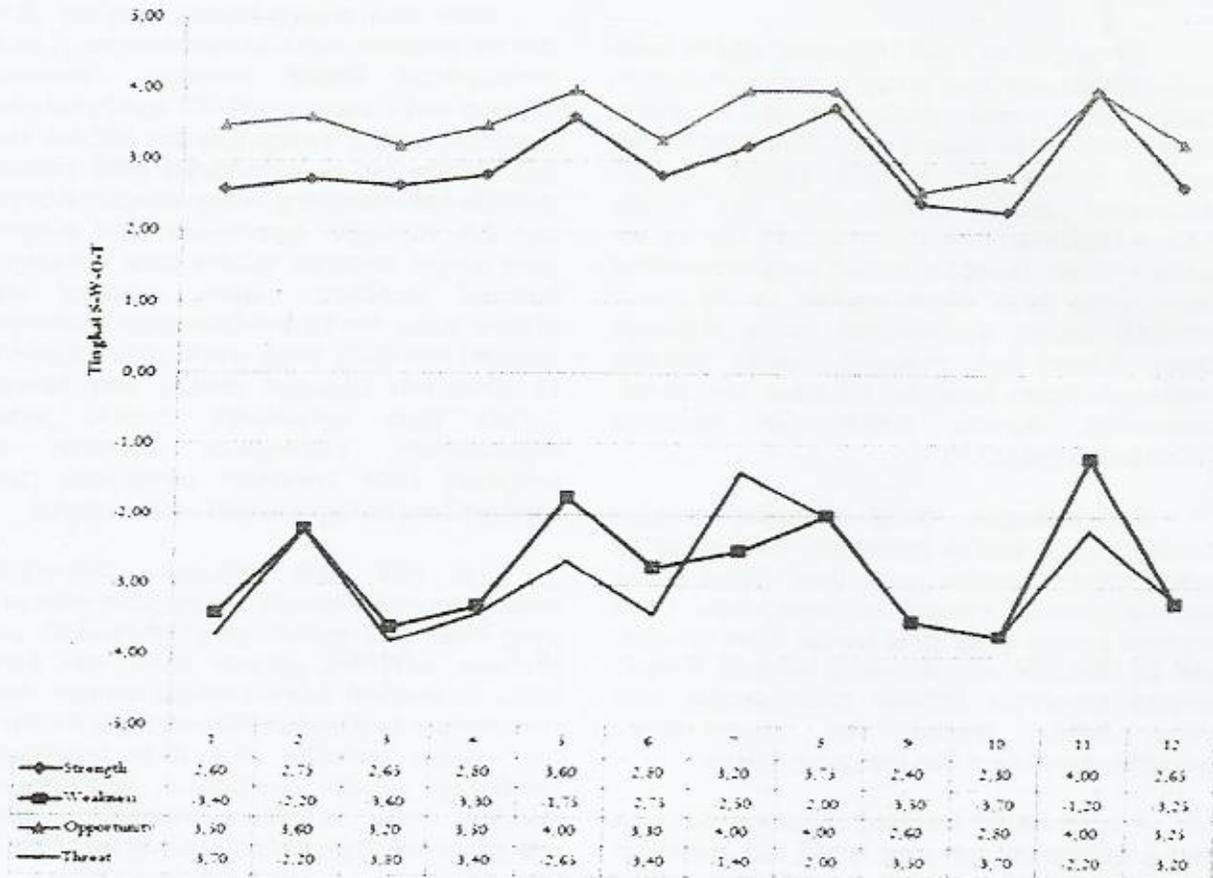
Hasil dari masing-masing analisis SWOT dari ke duabelas aspek pengembangan (Tabel 1) menunjukkan tingkat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) agroindustri halal Indonesia dalam mengantisipasi ASEAN Halal-hub. Secara umum agroindustri halal Indonesia memiliki kekuatan yang cukup dengan skor rata-rata 2,9. Kekuatan agroindustri halal Indonesia yang sangat menonjol terletak pada kemampuan lembaga sertifikasi, sistem sertifikasi halal, potensi pasar dan ketersediaan bahan baku yang memiliki skor yang tinggi, yakni antara 3,00-4,00. Di pihak lain kekuatan dengan skor terendah berada pada infrastruktur logistik, jejaring kelembagaan, kemampuan advokasi dan kebijakan serta komitmen pemerintah dalam mengembangkan agroindustri halal nasional.

Dari nilai yang dihasilkan, menunjukan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang lebih baik seperti yang ditunjukkan pada lembaga sertifikasi, potensi pasar dan bahan baku. Sedangkan kelemahannya tampak dalam membangun keunggulan kompetitifnya. Indonesia memerlukan perhatian lebih pada faktor-faktor pendukung seperti infrastruktur, kelambagaan, advokasi serta komitmen pemerintah dalam menumbuhkan tingkat keunggulan kompetitifnya.

Tabel 1 dan Gambar 1 menunjukkan tingkat kekuatan, kelemahan, peluang dan Ancaman (SWOT) agroindustri halal Indonesia. Secara umum agroindustri halal Indonesia memiliki kekuatan yang cukup dengan skor rata-rata 2,9. Kekuatan dimiliki agroindustri halal Indonesia yang sangat menonjol terletak pada kemampuan lembaga sertifikasi, sistem sertifikasi halal,

Tabel 1. Hasil Analisa Tingkat Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman (SWOT) Agroindustri Halal.

	Faktor Daya Saing	Strength	Weakness	Opportunity	Threat	S-W	O-T
1	Kebijakan dan Komitmen Pemerintah	2,6	-3,4	3,5	-3,7	-0,8	-0,2
2	Tingkat Kesadaran Masyarakat dan Industri	2,75	-2,2	3,6	-2,2	0,55	1,4
3	Advokasi Internasional dan Lokal	2,65	-3,6	3,2	-3,8	-0,95	-0,6
4	Tingkat Inovasi dan Daya Saing Produk	2,8	-3,3	3,5	-3,4	-0,5	0,1
5	Kemampuan Lembaga Sertifikasi	3,6	-1,75	4	-2,65	1,85	1,35
6	Riset dan Pengusahaan Teknologi	2,8	-2,75	3,3	-3,4	0,05	-0,1
7	Ketersediaan Bahan Baku	3,2	-2,5	4	-1,4	0,7	2,6
8	Potensi Pasar	3,75	-2	4	-2	1,75	2
9	Jejaring Kelembagaan	2,4	-3,5	2,6	-3,5	-1,1	-0,9
10	Infrastruktur Logistik	2,3	-3,7	2,8	-3,7	-1,4	-0,9
11	Sistem Sertifikasi Halal	4	-1,2	4	-2,2	2,8	1,8
12	Kekuatan Pelaku Industri Halal	2,65	-3,25	3,25	-3,2	-0,6	0,05
	Rata-rata	2,96	-2,76	3,48	-2,93	0,2	0,55



Gambar 1. Tingkat Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman (SWOT) Agroindustri Halal Indonesia dalam Menghadapi ASEAN Halal-Hub.

potensi pasar dan ketersediaan bahan baku yang memiliki skor yang sangat tinggi, yakni antara 3,00-4,00. Sedangkan kekuatan dengan skor terendah berada pada infrastruktur logistik, jejaring kelembagaan, kemampuan advokasi dan kebijakan serta komitmen pemerintah dalam mengembangkan agroindustri halal nasional.

Dalam matriks SWOT (Tabel 1) di atas digambarkan bahwa agroindustri halal Indonesia memiliki kesempatan untuk berkembang pesat dengan skor rata-rata sebesar 3,48. Mengenai kemampuan advokasi, walaupun masih lemah namun memiliki peluang yang baik untuk ditingkatkan sejalan dengan peningkatan komitmen pemerintah dalam menetapkan strategi pengembangan agroindustri halal dalam jangka panjang. Skor terendah diperoleh pada faktor jejaring kelembagaan dan infrastruktur logistik. Jejaring kelembagaan membutuhkan waktu yang cukup lama untuk mencapai kondisi yang kuat. Dalam membentuk jejaring kerja dibutuhkan keselarasan kebijakan antar lembaga sehingga dihasilkan program-program yang sinergis dengan visi yang jelas.

Saat ini setiap lembaga yang ada memiliki arah pengembangan masing-masing, pada umumnya juga memiliki ukuran kinerja berupa potensi besaran pendapatan yang dapat diperoleh, terutama pada lembaga dari pihak pemerintahan. Untuk membenahi keadaan ini memerlukan proses yang cukup panjang terutama dalam merubah paradigma yang telah ada. Hal-hal di atas menyebabkan skor mengenai jejaring kelembagaan memperoleh nilai yang rendah. Sementara kelemahan lain terletak pada pembangunan sektor infrastruktur yang juga diyakini akan memakan waktu yang lama, hal ini berkaitan dengan penggunaan dana pembangunan saat ini sebanyak 70 persen digunakan untuk sektor konsumtif, sementara 30 persen sisanya digunakan pada sektor produktif yang sesungguhnya memiliki kemampuan untuk mendorong perekonomian yang lebih cepat.

Ancaman terbesar adalah kemampuan advokasi pemerintah yang rendah dengan skor - 3,80. Sementara Malaysia, Thailand dan Brunei Darussalam melakukan advokasi dengan gencar disertai kemampuan diplomasi yang cerdas. Negara-negara tersebut saat ini kuat dalam

mengadvokasi produk-produk dan standar halal yang dikembangkannya untuk menembus pasar global. Kemampuannya melakukan *lobby-lobby* perdagangan menjadikannya sebagai mitra strategis perdagangan dan pengembangan produk halal internasional oleh negara-negara maju seperti Inggris, Belanda, Kanada, Perancis dan Australia.

Ancaman terbesar berikutnya berasal dari dalam negeri sendiri, yakni pada komitmen pemerintah dengan skor -3,70. Fenomena ini menjadi unik mengingat suatu kebijakan dapat terlaksana dengan baik jika mendapatkan dukungan politik yang jelas, sementara yang terjadi di lapangan adalah sesuatu yang kontradiktif. Aspek komitmen dan kekuasaan akan menjadi faktor yang penting untuk mendorong berhasil tidaknya pengembangan agroindustri halal. Pemegang kekuasaan dan sebagian besar masyarakat masih memahami halal sebagai bagian dari kebutuhan religius bagi kalangan umat tertentu bagi landasan kebijakannya. Halal tidak dipahami sebagai standar mutu tertinggi ataupun dari potensi bisnisnya yang besar, sehingga dalam implementasi kebijakannya menjadi tidak fokus dan salah arah. Di sisi lain, tingkat kelemahan dan ancaman pada semua faktor pengembangan menunjukkan nilai yang juga relatif tinggi -2,76 s/d -2,93 yang menggambarkan masih banyaknya faktor-faktor yang harus dibenahi secara signifikan untuk menghindari resiko yang tinggi.

Selain ancaman yang dijelaskan di atas, agroindustri halal juga berpotensi tinggi. Hal ini dibuktikan dengan berkembangnya kesadaran masyarakat (skor 1,4) dan mulai tumbuhnya sistem sertifikasi halal yang menjadi acuan internasional (skor 1,8). Hal ini mau tidak mau mulai memancing komitmen pemerintah dalam memperhatikan perkembangan agroindustri halal. Agroindustri halal berpotensi untuk menjadi roda penggerak ekonomi dimasa depan, yakni karena: Agroindustri halal mampu mentransformasikan keunggulan komparatif menjadi keunggulan bersaing (kompetitif), memperkuat daya saing produk agribisnis, produknya memiliki nilai tambah dan pangsa pasar yang besar, *captive market* yang terus tumbuh pesat, memiliki keterkaitan yang besar baik ke hulu maupun ke hilir, ketersediaan bahan baku menjamin keberlanjutannya dan mampu mentransformasikan struktur ekonomi nasional dengan signifikan.

Berbagai permasalahan di atas, terungkap bahwa pemetaan daya saing Indonesia yang memiliki kelemahan dalam kemampuan pemasaran, inovasi, kreativitas serta kemampuan

advokasi sehingga menyebabkan produk halal Indonesia tidak cukup kompetitif untuk bersaing dengan produsen produk halal negara lain terutama negara ASEAN. Dalam analisa juag terungkap bahwa pemerintah tidak memiliki komitmen yang tinggi serta kebijakan khusus dalam menyikapi dan mengembangkan bisnis halal dalam negeri dan mempersiapkannya untuk bersaing secara global. Pelaku dibiarkan berkembang dengan sendirinya, jika pun ada kebijakan yang dikembangkan bersifat parsial dan tidak terintegrasi dengan baik dan tujuan pencapaian yang hanya berorientasi pada peningkatan pendapatan negara melalui institusi tertentu.

Walaupun berbagai kelemahan Indonesia terungkap dalam analisis SWOT-kuantitatif di atas, kekuatan yang besar juga dimiliki Indonesia, terutama pada potensi Indonesia untuk mendayagunakan keunggulan komparatifnya (*comparative advantage*) yang mendapatkan nilai skor yang tinggi menunjukkan bahwa Indonesia memiliki kesempatan yang tinggi untuk mengembangkannya menjadi keunggulan kompetitif. Kekuatan akan potensi ini perlu ditransformasi untuk dijadikan sebagai pondasi pembangunan agroindustri halal nasional yang ditujukan sebagai roda penggerak ekonomi nasional. Dengan begitu, agroindustri halal yang dikembangkan diharapkan memiliki landasan yang kokoh pada sumberdaya domestik, memiliki kemampuan bersaing dan berdayaguna.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil analisis SWOT-kuantitatif berdasarkan kekuatan, kelemahan, ancaman dan potensi pengembangannya, agroindustri halal Indonesia dapat digambarkan bahwa agro sektor ini memiliki potensi pengembangan daya saing yang kuat. Efek berganda akan terjadi jika agroindustri halal dikembangkan karena menyangkut pada beberapa aktivitas, yakni; 1) berbasis kepada potensi sumber daya lokal, 2) memiliki kesempatan yang tinggi untuk akses pada pasar domestik dan dunia, 3) menghasilkan nilai tambah yang tinggi, 4) didukung oleh teknologi dan sumber daya manusia yang handal, 5) ramah lingkungan, 6) kelembagaan sertifikasi halal yang unggul, dan 7) tuntutan untuk melaksanakan prinsip-prinsip kerjasama dengan orientasi bisnis. Sedangkan kelemahannya yang harus dibenahi terdapat pada faktor komitmen pemerintah, infrastruktur, jejaring kelembagaan, advokasi, inovasi dan daya saing.

Agroindustri halal dapat menjadi alternatif kebijakan yang sangat baik mengingat mampu melibatkan keterkaitan antara pengembangan industri hulu pertanian, industri hilir pertanian serta jasa-jasa pendukung secara harmonis dan simultan. Keterkaitan yang luas ini akan mampu mendayagunakan keunggulan komparatif menjadi keunggulan bersaing yang bernilai tambah.

Untuk meningkatkan kekuatan keunggulan komparatif dan kompetitif Indonesia beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain adalah meningkatkan komitmen pemerintah dalam penyediaan infrastruktur serta penyediaan fasilitas dan jasa pelayanan yang lebih baik dan banyak tersedia yang diperlukan untuk memacu perkembangan agroindustri halal. agribisnis. Fasilitas-fasilitas tersebut harus tersedia dan terjangkau oleh para *stakeholders*.

Kebutuhan akan fasilitas-fasilitas tersebut dapat dikategorikan sbb: 1) Infrastruktur logistik, 2) Pelayanan para ahli bisnis dan agroindustri halal, jasa pelayanan profesional, jasa konsultan, dan jasa pendukung manajerial, 3) Advokasi dan jejaring kerjasama, 4) Organisasi bisnis halal, 5) Jasa Keuangan Syariah, 6) Teknologi, 7) Distribusi dan 8) Pengembangan sumber daya manusia.

DAFTAR PUSTAKA

- Bidin, J. 2009. Development of Halal Industry in Malaysia .IMT-GT Symposium on Halal Science and Management IMT-GT Symposium on Halal Science and Management Halal Products Research Institute. University Putra Malaysia
- Che Man.2006 Halal Food Development. Institute Of Halal Food Universiti Putra Malaysia, Kuala Lumpur.
- Global Food Research And Advisory. 2009. France's Market For Halal Foods. *An Online Review Of Foreign Agricultural Service Initiatives And Services*. Kuala Lumpur.
- Gumbira-Sa'id E dan Intan AH. 2004. *Manajemen Agribisnis*. Cetakan Kedua. Kerjasama PT. Ghalia Indonesia Dengan Magister Manajemen Agribisnis. Pertanian Bogor. Bogor.
- Gumbira-Sa'id E. 2008. Perkembangan Bisnis Produk Pangan Halal Dunia. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Gumbira-Sa'id E. 2008. Laporan World Halal Expo Press Pack Abu Dhabi. Departemen TIN Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Ibrahim, Makanan Dan Minuman Halal. 2009. [Http://www.Surya.Co.Id/2009/04/01/Makanan-Dan-Minuman-Halal/1](http://www.Surya.Co.Id/2009/04/01/Makanan-Dan-Minuman-Halal/1) April 2009, 20:00 WIB.
- Journo, L. 2006. France Market Development Reports Halal Foods. Global Agriculture Information Network. Perancis.
- Karim. 2008. Halal Food Ingredients: A Case For Gelatin Alternatives.School Of Industrial Technology Universiti Sains Malaysia.
- Lall S.1995. The Creation Of Comparative Advantage : The Role Of Industrial Policy. Dalam "Trade, Technology, And International Competitiveness. Irfan UI Haque, Editor. Washington D.C.: World Bank
- Musalmah. 2009. Halal Food Industry Deserves More Attention. Malaysian Institute Of Economic Research Mier. Kuala Lumpur..
- Norton K. 2004. Agriculture Development Policy Concepts And Experience. John Willey And Sons Ltd.West Sussex.England.
- Pal,L. 1997. Beyond Policy Analysis : Public Issue Management In Turbulent Times. Scarborough, Ontario Canada: ITP Nelson.
- Porter, M.E.1990.The Competitive Advantages Of Nations. New York : The Free Press
- Sungkar I. 2007. Importance And The Role Importance Of Market Intelligence In Penetrating Global Halal Food Marketshalal Markets.World Halal Forum Secretariat, Kuala Lumpur. The Potential Of Halal Industry In Penang, Penang Economic Monthly. Penang.
- Suzetta, P. 2009. Perencanaan Program Perencanaan Program Pembangunan Pembangunan Infrastruktur Infrastruktur Lima Tahun Kedepan Lima Tahun Kedepan. Bappenas. Jakarta.