

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	4
DAFTAR ISI	5
ABSTRAK	8
ABSTRACT	9
BAB I	10
1.1 Latar Belakang	10
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Literature Review	15
1.5 Kerangka Teori	19
1.5.1 Kebijakan Publik	19
1.5.2 Implementasi Kebijakan.....	20
1.6 Alur Pikir Penelitian	23
1.7 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	23
1.7.1 Definisi Konseptual.....	23
1.7.2 Definisi Operasional.....	23
1.8 Metode Penelitian	24
1.8.1 Jenis Penelitian.....	24
1.8.2 Lokasi Penelitian	24
1.8.3 Teknik Pengumpulan Data	25
1.8.4 Analisis Data	28
1.9 Sistematika Penulisan	28
BAB II	30
2.1 Kebijakan Sertifikasi Halal Sebelum UU Jaminan Produk Halal	30
2.1.1 Alur Sertifikasi Halal	30
2.1.2 Implementor Kebijakan.....	31
2.1.3 Strategi Implementasi.....	32
2.2 Kebijakan Sertifikasi Halal dalam UU Jaminan Produk Halal	32
2.2.1 Alur Sertifikasi Halal	32
2.2.2 Implementor Kebijakan.....	35
2.2.3 Strategi Implementasi.....	37
2.3 Pergeseran Kebijakan Sertifikasi Halal di Indonesia	38
2.3.1 Pergeseran Sifat Sertifikasi Halal.....	38

2.3.2 Pergeseran Otoritas Sertifikasi Halal.....	39
2.3.3 Pergeseran Proses Sertifikasi Halal.....	41
BAB III	44
3.1 Kepentingan Yang Terpengaruh	44
3.1.1 Majelis Ulama Indonesia.....	44
3.1.2 Pelaku Usaha di Indonesia	45
3.2 Tipe <i>Benefit</i>.....	46
3.2.1 <i>Benefit</i> Bagi Negara	46
3.2.2 <i>Benefit</i> Bagi Pelaku Usaha	49
3.2.3 <i>Benefit</i> Bagi Masyarakat	49
3.3 Derajat Perubahan	50
3.3.1 Sistem Jaminan Halal di Indonesia.....	50
3.3.2 Produk Halal di Indonesia	50
3.4 Lokasi Pengambilan Keputusan	51
3.4.1 Pelaksanaan Proses Jaminan Produk Halal	51
3.4.2 Penetapan Kehalalan Produk.....	52
3.5 Implementor Program	53
3.5.1 Implementor Kebijakan Sertifikasi Halal.....	53
3.5.2 Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).....	53
3.5.3 Komisi Fatwa MUI.....	54
3.5.4 Lembaga Pemeriksa Halal (LPH).....	56
3.6 Sumber Daya yang Dialokasikan	56
3.6.1 Sarana dan Prasarana BPJPH	56
3.6.2 Sumber Daya Manusia	58
3.6.3 Alokasi Sertifikasi Halal UMK	59
BAB IV	60
4.1 Kekuatan, Kepentingan, dan Strategi Aktor-Aktor yang Terlibat.....	60
4.1.1 Kementerian Agama.....	61
4.1.2 Kementerian Lain.....	64
4.1.3 Majelis Ulama Indonesia (MUI)	65
4.1.4 Pelaku Usaha	68
4.1.5 Organisasi Masyarakat (Ormas) Islam	69
4.1.6 Indonesian Halal Watch (IHW).....	69
4.2 Karakteristik Rezim dan Institusi	70
4.2.1 Maruf Amin Sebagai Wakil Presiden.....	70
4.2.2 Rezim Pengusaha	71



4.3 Kepatuhan dan Responsivitas Implementor	77
BAB V	80
5.1 Dampak Terhadap Masyarakat, Individu dan Kelompok	80
5.1.1 Mendorong Inisiatif Pelaku Usaha	80
5.1.2 Meningkatkan Nilai Ekspor Komoditi Industri Pengolahan.....	81
5.1.3 Meningkatnya Pencarian terhadap Kata “Produk Halal”	83
5.1.4 Masih Sulitnya Proses Pembuatan Sertifikasi Halal Bagi Beberapa Pengusaha	84
5.2 Perubahan dan Derajat Penerimaan Terhadap Perubahan.....	85
5.2.1 Tingginya Antusiasme Pelaku Usaha Untuk Melakukan Sertifikasi Halal	85
5.2.2 Banyaknya Orang yang Masih Menggunakan Kata “Halal MUI”	86
BAB VI	88
6.1 Kesimpulan Penelitian	88
6.2 Implikasi Teori	89
REFERENSI.....	90