



PAPER – OPEN ACCESS

Penguatan Jejaring Pedagang Kecil Menengah Muslim Bangkok Thailand dan Pasar Kamu Sumatera Utara Indonesia

Author : Budi Agustono, dkk.
DOI : 10.32734/lwsa.v8i2.2443
Electronic ISSN : 2654-7066
Print ISSN : 2654-7058

Volume 8 Issue 2 – 2025 TALENTA Conference Series: Local Wisdom, Social, and Arts (LWSA)



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).
Published under licence by TALENTA Publisher, Universitas Sumatera Utara



Penguatan Jejaring Pedagang Kecil Menengah Muslim Bangkok Thailand dan Pasar Kamu Sumatera Utara Indonesia

Strengthening Networks of Muslim Small and Medium Enterprises in Bangkok, Thailand, and Pasar Kamu, North Sumatra, Indonesia

Budi Agustono, Mhd. Pujiono, Heristina Dewi

Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Sumatera Utara, Medan 20155, Indonesia

talenta@usu.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi komunitas Muslim melalui pengembangan jejaring dan pelatihan. Pedagang kecil dan menengah memiliki peranan yang signifikan dalam perekonomian lokal, terutama dalam mempertahankan identitas budaya dan nilai-nilai agama. Di negara-negara dengan populasi Muslim yang besar, seperti Indonesia dan Thailand, pentingnya perdagangan halal semakin meningkat. Program ini mendukung Sustainable Development Goals (SDGs) dengan fokus pada pengentasan kemiskinan dan penciptaan pekerjaan yang layak. Pelatihan yang dilaksanakan di Bangkok melibatkan sekitar 30 pedagang perempuan Muslim, terutama di sektor kuliner, dan berfokus pada strategi pemasaran modern serta inovasi produk. Selama program, pedagang diajarkan tentang penggunaan media sosial dan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar, serta teknik pengemasan yang menarik dan higienis. Hasil dari program ini menunjukkan perubahan signifikan dalam persepsi pedagang tentang strategi bisnis, di mana mereka mulai mengadopsi metode pemasaran digital sebagai sarana untuk meningkatkan daya saing. Selain itu, mereka juga memperoleh pengetahuan baru mengenai manajemen keuangan dan keterampilan pelayanan pelanggan. Program ini diharapkan dapat membangun jaringan perdagangan lintas negara yang kuat dan inklusif, mendukung kolaborasi antar pedagang Muslim, serta meningkatkan daya saing produk halal di pasar regional. Melalui program ini, diharapkan tercipta keberlanjutan ekonomi yang mengutamakan keragaman budaya dan memperkuat posisi pedagang kecil dan menengah dalam perekonomian.

Kata Kunci: Jejaring pedagang Muslim; Produk Halal; Pengembangan Ekonomi; SDGs

Abstract

This service activity aims to improve the economic welfare of the Muslim community through network development and training. Small and medium-sized traders have a significant role in the local economy, especially in maintaining cultural identity and religious values. In countries with large Muslim populations, such as Indonesia and Thailand, the importance of halal trade is increasing. The program supports the Sustainable Development Goals (SDGs) with a focus on poverty alleviation and decent job creation. The training conducted in Bangkok involved around 30 Muslim women traders, mainly in the culinary sector, and focused on modern marketing strategies and product innovation. During the program, traders were taught about using social media and e-commerce platforms to expand market reach, as well as attractive and hygienic packaging techniques. The results of the program showed a significant change in merchants' perceptions of business strategies, where they began to adopt digital marketing methods as a means to improve competitiveness. In addition, they also gained new knowledge on financial management and customer service skills. The program is expected to build a strong and inclusive cross-border trade network, support collaboration among Muslim traders, and improve the competitiveness of halal products in the regional market. Through this program, it is expected to create economic sustainability that prioritizes cultural diversity and strengthens the position of small and medium traders in the economy.

Keywords: Muslim merchant network; Halal Products; Economic Development; SDGs

1. Pendahuluan

Peran pedagang kecil dan menengah dalam perekonomian lokal dan global tidak dapat diabaikan. Mereka tidak hanya berkontribusi terhadap penguatan ekonomi masyarakat, tetapi juga memainkan peran penting dalam melestarikan identitas budaya, termasuk nilai-nilai agama dan etika dalam aktivitas ekonomi. Di negara-negara dengan populasi Muslim yang signifikan, seperti Indonesia dan Thailand [1–3], perdagangan halal dan nilai-nilai Islami menjadi aspek penting dalam sektor perdagangan [4,5]. Hal ini berpengaruh pada cara para pedagang Muslim menjalankan usaha mereka, terutama dalam aspek produk yang dijual, tata cara bertransaksi, hingga bentuk interaksi dengan pelanggan yang diwarnai dengan nilai-nilai religius. Dalam konteks ini, kajian mengenai penguatan jejaring pedagang kecil menengah Muslim di Bangkok, Thailand, dan Pasar Kamu di Sumatera Utara, Indonesia, menjadi relevan dan mendesak untuk dieksplorasi lebih dalam.

Thailand, khususnya Bangkok, dikenal sebagai negara dengan minoritas Muslim yang cukup signifikan, walaupun berada di negara dengan mayoritas penduduk Buddha. Hal ini menjadikan komunitas pedagang Muslim di Bangkok menghadapi tantangan dalam mempertahankan identitas mereka di tengah lingkungan yang berbeda secara budaya dan keyakinan. Terlepas dari itu, kehadiran produk halal di pasar Bangkok terus berkembang dan mampu menarik minat konsumen Muslim, baik lokal maupun wisatawan dari negara-negara tetangga. Kondisi ini menunjukkan bahwa komunitas Muslim di Bangkok telah berhasil membangun jejaring perdagangan yang mendukung keberlanjutan usaha mereka serta menjembatani kebutuhan konsumen akan produk-produk yang sesuai dengan syariat.

Sebaliknya, di Sumatera Utara, khususnya di Pasar Kamu, para pedagang Muslim memiliki kelebihan berada di tengah masyarakat yang mayoritas beragama Islam [6]. Hal ini memberikan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan konsumen terhadap produk-produk halal. Namun, para pedagang tetap menghadapi tantangan dalam persaingan pasar yang semakin ketat, di mana inovasi dan kualitas layanan menjadi kunci untuk mempertahankan eksistensi mereka. Dengan adanya tantangan ini, kebutuhan untuk memperkuat jejaring dan kolaborasi antar pedagang semakin penting agar mereka dapat saling mendukung dalam mengatasi hambatan-hambatan ekonomi dan membuka peluang pasar yang lebih luas.

Penguatan jejaring antar pedagang Muslim di kedua wilayah ini menjadi salah satu solusi strategis untuk mengatasi berbagai tantangan tersebut. Jejaring yang kuat memungkinkan para pedagang untuk bertukar informasi mengenai perkembangan pasar, regulasi terkait produk halal, serta teknologi yang dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi bisnis. Selain itu, jejaring ini dapat memberikan dukungan sosial dan psikologis yang penting, khususnya bagi pedagang di Bangkok yang berada di lingkungan minoritas. Dengan adanya dukungan yang memadai, mereka dapat merasa lebih percaya diri dalam mengembangkan usahanya dan berinteraksi dengan berbagai komunitas di sekitarnya.

Melalui kajian ini, diharapkan dapat ditemukan strategi yang efektif untuk memperkuat jejaring pedagang kecil dan menengah Muslim di Bangkok dan Sumatera Utara. Strategi ini tidak hanya akan mendukung keberlanjutan ekonomi para pedagang, tetapi juga dapat mempererat hubungan antar komunitas Muslim di Asia Tenggara dalam semangat saling mendukung dan berbagi pengalaman. Dalam jangka panjang, hasil kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di kedua wilayah tersebut, serta memperkuat posisi komunitas Muslim dalam rantai perdagangan global.

2. Kontribusi Program terhadap *Sustainable Development Goals*

Kegiatan yang berjudul “Penguatan Jejaring Pedagang Kecil Menengah Muslim Bangkok Thailand dan Pasar Kamu Sumatera Utara Indonesia” bertujuan untuk membangun kolaborasi yang memperkuat jaringan pedagang kecil dalam upaya meningkatkan kesejahteraan ekonomi komunitas Muslim di kedua negara. Usaha ini berkontribusi pada pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) dengan mendukung SDG 1 (Pengentasan Kemiskinan) dan SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) [7]. Melalui pendekatan kolaboratif, kegiatan ini membantu pedagang kecil mengakses peluang pasar yang lebih luas, meningkatkan keterampilan kewirausahaan mereka, dan memperkuat peran komunitas Muslim sebagai bagian penting dalam sistem ekonomi lokal dan regional.

Kegiatan ini juga mempromosikan kolaborasi lintas sektor yang melibatkan pemerintah, sektor pendidikan, lembaga swasta, dan masyarakat luas dalam upaya untuk menciptakan ekosistem perdagangan yang inklusif. Dalam konteks pendidikan, universitas dan lembaga pendidikan diharapkan menjadi katalis dalam menyediakan pelatihan serta riset yang relevan bagi para pedagang kecil ini. Pendekatan ini memungkinkan peran sektor pendidikan dalam pengabdian masyarakat, mendukung pencapaian SDGs melalui pemberdayaan komunitas dan advokasi bagi para pelaku UMKM. Sinergi ini juga membuka ruang bagi kolaborasi antara institusi pendidikan di Thailand dan Indonesia, memperluas jangkauan dan dampak dari kegiatan yang dilakukan.

Lebih jauh, kegiatan ini memperkuat SDG 17 (Kemitraan untuk Mencapai Tujuan) dengan memperluas jaringan perdagangan lintas negara, khususnya bagi produk-produk halal yang berpotensi besar di pasar ASEAN. Dengan melibatkan komunitas Muslim dan mendukung akses pasar yang lebih inklusif, kegiatan ini memperkuat nilai-nilai keberlanjutan yang juga mencakup pelestarian budaya dan identitas komunitas Muslim. Kolaborasi ini tidak hanya memberikan dampak positif pada peningkatan kapasitas

ekonomi, tetapi juga mendukung keberlanjutan ekonomi yang menghargai keragaman budaya serta inklusi sosial, yang pada akhirnya memberikan kontribusi signifikan pada pembangunan berkelanjutan di kedua negara.

3. Pelaksanaan Pelatihan dan Diskusi

Pelatihan dan diskusi dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat internasional yang dilaksanakan oleh Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sumatera Utara (FIB USU) bertempat di The Office of Islamic Committee of Bangkok Metropolis, Thailand [8], dari tanggal 2 hingga 5 Juli 2024 [9]. Kegiatan ini bertujuan untuk memberdayakan pedagang Muslim lokal melalui pelatihan dan diskusi interaktif, serta pertukaran pengalaman dengan pedagang Muslim dari Pasar Kamu di Deli Serdang, Indonesia.

Acara dihadiri oleh sekitar tiga puluh pedagang perempuan Muslim dari komunitas Bangkok, yang sebagian besar bergerak di sektor kuliner lokal dan produk kuliner kemasan modern. Mereka berperan sebagai peserta aktif dalam diskusi, membagikan pengalaman mereka tentang strategi pemasaran, pengemasan, dan pengelolaan usaha. Ketua Tim Pengabdian Internasional FIB USU, Prof. Dr. Budi Agustono, membuka sesi pelatihan dengan materi yang menyoroti pentingnya inovasi dalam pemasaran produk kuliner dan peningkatan daya saing di pasar lokal dan internasional.

Dalam suasana diskusi yang kondusif dan partisipatif, para peserta berbagi pandangan mereka mengenai tantangan yang mereka hadapi di pasar kuliner lokal dan berbagai strategi yang telah mereka terapkan. Salah satu topik utama yang disorot adalah pemanfaatan media sosial dan platform *e-commerce* untuk memperluas jaringan pemasaran mereka, sebuah pendekatan yang relevan dengan perkembangan teknologi pemasaran saat ini.

Para pedagang juga diberikan pemahaman lebih mendalam tentang pentingnya pengemasan yang menarik dan higienis untuk meningkatkan daya tarik produk mereka, tidak hanya bagi konsumen lokal tetapi juga untuk membuka peluang ekspor. Peserta juga berkesempatan langsung mencoba beberapa teknik pemasaran digital dan mempraktikkan cara-cara memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan penjualan.

Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan para pedagang Muslim di Bangkok dan Pasar Kamu dapat mengembangkan keterampilan baru dalam menjalankan usaha mereka, memperluas jaringan pasar, dan menerapkan strategi inovatif. Pertukaran pengalaman ini tidak hanya memperkaya wawasan para pedagang, tetapi juga memperkuat hubungan dan kolaborasi antar komunitas Muslim di kedua negara.



Gambar 1. Diskusi Bersama para pedagang muslim Thailand yang tergabung dalam The Office of Islamic Committee of Bangkok Metropolis

4. Hasil Pengabdian

4.1. Perubahan persepsi para pedagang Muslim

Program Pengabdian Kepada Masyarakat yang diadakan oleh Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sumatera Utara (FIB USU) di Bangkok berhasil memberikan perubahan mendasar pada persepsi para pedagang Muslim setempat terhadap strategi bisnis modern. Sebelum mengikuti pelatihan dan diskusi ini, sebagian besar pedagang cenderung berfokus pada metode pemasaran tradisional, mengandalkan jaringan pelanggan tetap dan promosi dari mulut ke mulut. Bagi mereka, perkembangan digital dan teknologi modern terasa cukup asing dan tidak relevan bagi usaha mereka yang berfokus pada produk kuliner lokal. Namun, kegiatan pelatihan ini membuka wawasan baru bagi para pedagang akan pentingnya adaptasi teknologi untuk tetap kompetitif di era globalisasi.

Selama sesi pelatihan, para pedagang Muslim mulai memahami bahwa media sosial dan *platform e-commerce* bukan hanya untuk bisnis besar, tetapi juga sangat bermanfaat bagi usaha kecil dan menengah. Melalui bimbingan dan contoh-contoh nyata dari tim FIB USU, mereka belajar tentang kekuatan teknologi digital untuk meningkatkan jangkauan pasar mereka, yang sebelumnya mungkin terasa tidak terjangkau. Kesadaran baru ini membuat para pedagang mulai memandang teknologi sebagai bagian penting dari strategi bisnis mereka, memungkinkan mereka untuk terhubung dengan konsumen yang lebih luas, baik lokal maupun internasional.

Selain itu, pandangan mereka tentang kualitas produk dan kemasan juga mengalami perubahan yang signifikan. Sebelumnya, banyak pedagang yang berfokus hanya pada rasa dan harga produk, tanpa mempertimbangkan daya tarik visual dan kualitas kemasan. Namun, setelah mempelajari teknik pengemasan yang higienis dan menarik, mereka menyadari bahwa kemasan berperan penting dalam meningkatkan nilai jual dan persepsi produk di mata konsumen. Kemasan yang modern dan menarik ternyata mampu menarik perhatian konsumen baru serta memperkuat loyalitas pelanggan lama. Dengan perubahan persepsi ini, para pedagang kini memandang kemasan sebagai investasi jangka panjang yang dapat meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Kemudian perubahan persepsi ini juga terlihat dalam cara pandang para pedagang terhadap pengelolaan bisnis secara profesional. Sebelumnya, banyak dari mereka yang mengelola bisnis secara informal dan sederhana, namun setelah diskusi intensif dan sesi berbagi pengalaman dengan tim FIB USU, mereka mulai melihat pentingnya manajemen usaha yang lebih terstruktur. Persepsi tentang bisnis mereka sebagai usaha jangka pendek kini mulai berubah menjadi orientasi bisnis berkelanjutan yang memerlukan perencanaan strategis. Dengan pola pikir baru ini, diharapkan para pedagang akan mampu mengembangkan usaha mereka secara lebih serius dan berfokus pada pertumbuhan yang berkelanjutan, sehingga dapat berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan ekonomi mereka dan komunitas sekitar.

4.2. Pengetahuan yang diperoleh para pedagang

Para pedagang Muslim Thailand dalam kegiatan ini telah memperoleh berbagai pengetahuan baru yang relevan untuk mengembangkan usaha mereka. Salah satu pengetahuan utama yang mereka peroleh adalah strategi pemasaran digital. Para pedagang mendapatkan pemahaman tentang pentingnya memanfaatkan media sosial dan *platform e-commerce* untuk memperluas jangkauan produk mereka. Selama pelatihan, mereka dibimbing untuk membuat akun media sosial khusus untuk bisnis dan mengenal berbagai aplikasi *e-commerce* yang dapat membantu mereka memperkenalkan produk kuliner mereka ke pasar yang lebih luas.

Selain strategi pemasaran digital, para pedagang juga mempelajari teknik pengemasan produk yang higienis dan menarik. Dengan teknik ini, mereka diharapkan mampu meningkatkan daya tarik produk kuliner lokal mereka di mata konsumen, baik lokal maupun internasional. Pengetahuan tentang bahan kemasan yang aman, desain kemasan yang menarik, dan cara menjaga kebersihan produk selama proses pengemasan menjadi fokus utama dalam sesi ini. Para pedagang pun menyadari bahwa kemasan yang baik bukan hanya sekadar pelindung produk, tetapi juga elemen penting dalam *branding* yang dapat meningkatkan nilai jual dan daya saing produk mereka.

Manajemen keuangan juga menjadi salah satu bidang pengetahuan penting yang diperoleh para pedagang. Dalam sesi ini, para pedagang muslim telah diajarkan cara mencatat pemasukan dan pengeluaran, membuat anggaran, serta menghitung keuntungan secara lebih teliti. Bagi sebagian besar pedagang yang sebelumnya mengelola keuangan bisnis secara sederhana, pengetahuan ini memberikan wawasan baru untuk menjaga stabilitas usaha mereka dalam jangka panjang. Mereka memahami pentingnya memisahkan keuangan pribadi dan bisnis serta manfaat pencatatan keuangan yang baik dalam menganalisis kinerja usaha.

Pengetahuan lain yang tak kalah penting adalah keterampilan komunikasi dan pelayanan pelanggan. Para pedagang telah diajarkan cara berinteraksi dengan konsumen secara profesional, bagaimana merespons keluhan dengan baik, dan cara meningkatkan kepuasan pelanggan agar dapat menciptakan loyalitas. Keterampilan komunikasi yang baik ini menjadi bekal yang sangat berguna bagi para pedagang dalam membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen, yang tidak hanya berdampak pada penjualan saat ini, tetapi juga mendukung keberlanjutan bisnis mereka di masa mendatang. Dengan pengetahuan yang diperoleh ini, para pedagang Muslim di Bangkok kini memiliki bekal yang lebih lengkap untuk mengembangkan usaha mereka secara profesional dan adaptif terhadap perubahan tren pasar.

4.3. Kontribusi Program terhadap SDGs

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dapat berkontribusi dalam pencapaian beberapa SDGs. Setidaknya terdapat 4 SDGs yang terkait dengan program pengabdian ini yaitu:

1. SDG 1: *No Poverty* (Mengakhiri Kemiskinan)

Program pengabdian masyarakat ini mendukung pencapaian SDG 1 dengan tujuan utama mengurangi tingkat kemiskinan di kalangan pedagang Muslim lokal di Deli Serdang dan Bangkok. Melalui peningkatan keterampilan dalam pemasaran digital, pengemasan produk, dan strategi bisnis, program ini berupaya membantu para pedagang meningkatkan pendapatan mereka. Dengan mengatasi kendala pemasaran dan pengembangan produk, para pedagang kecil ini memiliki kesempatan untuk mengoptimalkan bisnisnya, sehingga dapat mendukung peningkatan taraf hidup mereka secara berkelanjutan. Dampak jangka panjang diharapkan berupa stabilitas ekonomi yang lebih baik bagi para pelaku usaha kecil dan pengurangan kemiskinan di lingkungan komunitas Muslim.

2. SDG 5: *Gender Equality* (Kesetaraan Gender)

Program ini juga berkontribusi terhadap SDG 5 dengan memberikan perhatian khusus kepada pedagang perempuan dalam komunitas Muslim, terutama di sektor industri kuliner di Bangkok. Dengan melibatkan mayoritas pedagang perempuan dalam pelatihan, program ini bertujuan memberdayakan mereka melalui peningkatan keterampilan dalam pemasaran digital, komunikasi, dan manajemen bisnis. Pelatihan ini memberi pedagang perempuan akses terhadap peluang ekonomi yang lebih besar dan mendukung kemandirian mereka. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan posisi dan daya saing perempuan dalam industri kuliner, serta mendukung upaya kesetaraan gender dalam bidang ekonomi.

3. SDG 8: *Decent Work and Economic Growth* (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi)

Dengan membantu pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) Muslim dalam mengembangkan keterampilan dan kapasitas bisnis, program ini mendukung SDG 8, yang fokus pada penciptaan pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi. Pelatihan ini mendorong para pedagang untuk lebih mandiri dalam mengelola usahanya, baik melalui penggunaan teknologi pemasaran digital maupun penerapan inovasi dalam pengemasan produk. Selain membantu meningkatkan produktivitas usaha, keterampilan baru ini juga berpotensi menciptakan lapangan kerja baru di komunitas sekitar. Dengan dukungan ekonomi yang lebih stabil, para pedagang dapat lebih berperan aktif dalam perekonomian lokal.

4. SDG 17: *Partnerships for the Goals* (Kemitraan untuk Mencapai Tujuan)

Program ini juga mendukung SDG 17 melalui kolaborasi internasional antara Fakultas Ilmu Budaya Universitas Sumatera Utara (FIB USU) dan institusi di Thailand, termasuk The Office of Islamic Committee of Bangkok Metropolis. Kolaborasi ini memberikan kesempatan bagi pedagang dari kedua negara untuk bertukar pengalaman dan pengetahuan, sehingga memperkuat jaringan komunitas pedagang Muslim dan memperluas akses pasar mereka. Kemitraan lintas negara ini juga membuka peluang untuk kerja sama lebih lanjut dalam bidang ekonomi dan pengembangan kapasitas, yang pada akhirnya mendukung tercapainya tujuan pembangunan berkelanjutan global melalui kolaborasi yang erat dan berbagai sumber daya.

5. Kesimpulan

Kegiatan "Penguatan Jejaring Pedagang Kecil Menengah Muslim di Bangkok, Thailand, dan Pasar Kamu, Sumatera Utara, Indonesia" ini dapat disimpulkan telah berhasil meningkatkan kesejahteraan ekonomi komunitas Muslim melalui pelatihan dan diskusi interaktif. Program ini tidak hanya mendukung pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs) dengan fokus pada pengentasan kemiskinan dan pertumbuhan ekonomi yang layak, tetapi juga berhasil mengubah persepsi pedagang tentang strategi bisnis modern. Pelatihan yang diberikan telah membuka wawasan pedagang mengenai pentingnya pemasaran digital, penggunaan media sosial, dan teknik pengemasan produk yang menarik. Dengan pengetahuan baru ini, pedagang mampu memperluas jangkauan pasar mereka, meningkatkan kualitas layanan, serta mengelola usaha secara lebih efisien, yang pada akhirnya mendorong keberlanjutan ekonomi dan memperkuat jejaring antar komunitas Muslim di Asia Tenggara.

Ucapan Terima Kasih

Pengabdian masyarakat ini didanai oleh Hibah Kemitraan Internasional Tahun 2024 dari LPPM Universitas Sumatera Utara.

Daftar Pustaka

- [1] Ronaldi A, Subhan A, Zamhari A. Indonesian Islam: History, Characteristics and Global Contribution. *Islam Insid J Keislam dan Hum* [Internet]. 2023 Jul 4;9(1):100–20. Available from: <https://islamikainside.uinkhas.ac.id/index.php/islamikainside/article/view/213>
- [2] Hefner RW. Islam and Covenantal Pluralism in Indonesia: A Critical Juncture Analysis. *Rev Faith Int Aff* [Internet]. 2020 Apr 2;18(2):1–17. Available from: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15570274.2020.1753946>
- [3] Mania. Perkembangan Sosial Islam di Thailand. *AL MA'ARIEF J Pendidik Sos dan Budaya* [Internet]. 2019 Jul 21;1(1):80–101. Available from: <http://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/ALMAARIEF/article/view/783>
- [4] Yulia, Lady. Strategi Pengembangan Industri Produk Halal. *J Bimas Islam* [Internet]. 2015;8(1). Available from: <https://jurnalbimasislam.kemenag.go.id/jbi/article/view/171>
- [5] Iskandar A. Kerja sama ekonomi Indonesia-Thailand dalam perdagangan produk halal di pasar asean ditinjau dari perspektif ekonomi Islam [Internet]. Universitas Islam Negeri Raden Intan; 2021. Available from: <https://repository.radenintan.ac.id/16383/>

- [6] Bahri S. Implikasi Kebijakan Pembangunan pada Sektor Pariwisata di Pasar Kamu, Kabupaten Deli Serdang. *Langgas J Stud Pembang* [Internet]. 2023 Sep 30;2(2):103–7. Available from: <https://talenta.usu.ac.id/jlpsp/article/view/11477>
- [7] Ishatono I, Raharjo ST. Sustainable Development Goals (SDGs) dan pengentasan kemiskinan. *Share Soc Work J* [Internet]. 2016 Dec 24;6(2):159. Available from: <http://jurnal.unpad.ac.id/share/article/view/13198>
- [8] ประวัติ คณะกรรมการอิสลามประจำกรุงเทพมหานคร [Internet]. <https://www.islamicbangkok.or.th/>. 2024 [cited 2024 Mar 6]. Available from: <https://www.islamicbangkok.or.th/ประวัติความเป็นมา>
- [9] BR. Pengabdian Internasional FIB USU di Bangkok Thailand Perkuat Pedagang Muslim. *Analisdaily* [Internet]. 2024 Jul 10; Available from: <https://analisdaily.com/berita/baca/2024/07/10/1053822/pengabdian-internasional-fib-usu-di-bangkok-thailand-perkuat-pedagang-muslim/>