ABSTRAK

Industri halal merupakan industri potensial pada saat ini. Bahkan OKI (Organisasi Konferensi Islam) telah memberikan perhatian khusus terhadap industri halal. Oleh karena itu produk yang bersertifikat halal mempunyai peluang pasar yang besar, dengan perkiraan pasar global saat ini telah mencapai nilai lebih dari 100 miliar dolar. Meski permintaan makanan halal di dunia pasar global tinggi, sebagian besar perusahaan lokal hanya mampu memasarkan produk mereka didalam pasar domestik. Hal ini disebabkan oleh kegagalan perusahaan-perusahaan dalam membangun jaringan bisnis global, yang bersumber dari masalah yang dihadapi oleh pengusaha termasuk kurang kepercayaan, komitmen, kekurangan tekhnologi informasi, masalah sosial, kegagalan mengidentifikasi atau memilih jaringan bisnis, dan peran lembaga seperti lembaga litbang dan sektor pemerintah.

Penelitian ini mengalisis peranan jaringan perdagangan dalam mengembangkan industri produk makanan halal kepasaran global. Penelitian ini dilakukan pada PT. Mitratani 27 Jember, selaku produsen makanan halal yang telah berhasil memasarkan produknya dan menembus pasar internasional. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer bersumber dari wawancara dengan narasumber terkait judul penelitian sedangkan data sekunder berasal dari perpustakaan atau dari jurnal- jurnal dan laporan- laporan penelitian terdahulu.

Hasil penelitian menunjukkan dalam mendistribusikan produknya PT. Mitratani 27 tidak lepas dari hubungan dengan mitra bisnis diawali proses produksi sampai dengan proses pemasaran produk yang melibatkan banyak pihak. Dengan kerjasama antar mitra bisnis, edamame berhasil dipasarkan pada pasar lokal dan internasional.

Kata Kunci: Industri Makanan Halal, Jaringan Perdagangan, Distribusi Makanan Halal, Persaingan Bisnis.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id