

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Agama Islam memiliki pedoman untuk umatnya dari segala aspek kehidupan, termasuk pedoman dalam berkonsumsi. Sebagai konsumen muslim, kita harus memperhatikan kehalalan dalam mengkonsumsi suatu produk, obat- obatan, kosmetik, dan makanan. Terutama dalam soal makanan, dalam Islam, makanan merupakan tolak ukur dari segala cerminan penilaian awal yang bisa mempengaruhi berbagai bentuk perilaku seseorang.¹ Produk halal khususnya dalam bidang olahan pangan merupakan hal yang sangat penting bagi konsumen masyarakat Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam, sehingga perlu didukung oleh berbagai kebijakan pemerintah agar masyarakat dapat merasa lebih aman dan terjamin dalam mengkonsumsi berbagai produk olahan pangan. Pada masyarakat, agama berperan penting dalam keputusan pemilihan makanan khususnya masyarakat Muslim. Karena dalam Islam terdapat konsep halal dan haram dalam makanan. Mengkonsumsi produk halal merupakan komitmen seorang muslim pada ajaran Islam.

Negara- negara yang tergabung dalam OKI (Organisasi Konferensi Islam) saat ini mengembangkan gelombang baru, yang memberikan

¹ Thobieb al- Asyar, *Bahaya Makanan Haram: Bagi Kesehatan Jasmani dan Kesucian Rohani*, (Jakarta: al- Mawardi Prima, 2003), 73-74.

perhatian/tuntutan khusus terhadap *halal product*, *halal treat*, dan *syariah system*. Oleh karena itu, produk yang bersertifikat halal memiliki peluang pasar yang besar, dengan perkiraan pemasaran produk halal di pasar global saat ini telah mencapai nilai lebih dari 600 miliar dolar.²

Dalam pameran *World Halal Day 2016* yang digelar pada 2-4 November 2016 di Opatija, Kroasia, produk halal diyakini telah menjadi gaya hidup baru konsumen dunia. Industri produk halal terus tumbuh dan sangat berpengaruh di pasar global. Bahkan Indonesia bertekad menjadikan industri produk halal Tanah Air semakin kompetitif di pasar halal dunia.³ Untuk mengantisipasi kompetisi pasar global ini, maka Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk mayoritas Muslim seyogyanya mampu meraih peluang besar tersebut.

Meningkatnya kesadaran masyarakat muslim dunia akan pentingnya makanan yang dikonsumsi, menyebabkan permintaan makanan halal meningkat. Dengan jumlah penduduk muslim terbanyak didunia, Indonesia memiliki potensi untuk meningkatkan pertumbuhan industri makanan halal.

Permintaan akan produk halal secara global terus mengalami peningkatan. Setidaknya ada 2 fenomena yang menjadi pendorong: Pertama, aspek halal dan *tayyib* tidak saja dilihat dari zat yang dikonsumsi, namun juga

² Endang S Soesilowati, *Perilaku Konsumen Muslim dalam Konsumsi Makanan Halal*, (Jakarta: Pusat Penelitian Ekonomi Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, 2009), 1.

³ Biro Hubungan Masyarakat Kementerian Perdagangan, *Berita Perdagangan*, dalam www.kemendag.go.id, (1mei 2017).

halal dalam perolehannya merupakan salah satu aspek yang diperhatikan umat Islam. Meningkatnya kesadaran masyarakat muslim akan syariah Islam, akan berdampak positif pada permintaan produk-produk halal. Kedua, meningkatnya preferensi masyarakat non muslim untuk mengkonsumsi produk-produk berlabel halal. Fenomena ini terlihat di Filipina, negara dengan penduduk muslim minoritas (hanya 10% dari total penduduk sebanyak 84 juta jiwa). Fenomena tersebut juga terjadi di Perancis dan negara-negara Eropa lainnya. Preferensi akan produk-produk halal ini salah satunya terkait dengan masalah kualitas yang lebih terjamin dan faktor higienitas produk-produk halal.⁴

Salah satu industri yang memiliki potensi secara ekonomi di Indonesia adalah industri makanan halal yang telah diolah. Industri makanan halal merupakan industri potensial yang dikenal sebagai industri ekspor yang perlu untuk dikembangkan. Menurut Mohd Fuad Mohd Saleh PhD., Dekan Fakultas Bisnis Ekonomi Universitas Selangor Malaysia jika melihat dari kondisi ekonomi di Asia yang diperkirakan akan terus mengalami lonjakan, dengan potensi jumlah penduduk khususnya di kawasan Indonesia dan Malaysia, potensi makanan halal berkembang menjadi industri yang semakin besar. Beliau melihat potensi bisnis yang cukup besar jika kedua negara bekerjasama dalam bisnis makanan halal tersebut. Apalagi mengingat besarnya konsumsi

⁴ Endang Tjiroesmi dan Diah Setiari Suhodo, *Peluang Usaha Produk Halal di Pasar Global*, (Jakarta: LIPI Press, 2014),6.

di tingkat lokal maupun regional. Dengan mengacu pada besarnya pendapatan pada industri makanan, Mohd Fuad Mohd Saleh juga menilai adanya peluang yang sangat besar pada industri halal.⁵

Menangkap peluang besar tersebut, para pengusaha industri makanan halal berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas produknya. Sehingga para produsen dituntut berfikir kreatif dan memperhatikan strategi pemasaran yang baik agar mampu bersaing dalam merebut pasar karena tingginya persaingan. Strategi pemasaran mempunyai peranan penting dalam masyarakat karena pemasaran menyangkut berbagai aspek kehidupan, termasuk bidang ekonomi dan sosial. Karena kegiatan pemasaran menyangkut masalah mengalirnya produk dari produsen ke konsumen, maka pemasaran menciptakan lapangan kerja yang penting bagi masyarakat. Dengan demikian pemasaran merupakan sektor yang penting dalam pendapatan masyarakat.⁶

Salah satu strategi pemasaran agar produk dapat berhasil dipasarkan adalah membangun sebuah jaringan bisnis. Jaringan bisa diartikan sebagai proses membangun hubungan, serta memperluas relasi jaringan pengusaha, melalui serangkaian kontak jangka panjang antara individu atau organisasi.⁷

Jaringan usaha merupakan salah satu aspek yang perlu diperhatikan perusahaan untuk memastikan produknya dapat dipasarkan dengan sukses.

⁵ M Irwan Ariefyanto, Potensi Industri Makanan Halal di Indonesia, dalam <http://www.republika.co.id/berita/pendidikan/universitas-muhammadiyah-jakarta/12/03/23/m1apy7-potensi-industri-makanan-halal-di-indonesia>, (2 Mei 2017)

⁶ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2015), 15.

⁷ Nor Aini Haji Idris, "Bussines Network in Halal Food Industries in Malaysia", dalam *Jurnal Ekonomi Malaysia*, Vol 47, No 1 (Malaysia: Faculty of Economy and Manajement, 2013), 88.

Salah satu tujuan pemasaran adalah terciptanya nilai ekonomi. Pencapaian tujuan ini bergantung pada sumberdaya dan kemampuan sebuah perusahaan yang meliputi modal, infrastruktur, informasi teknologi dan organisasi perusahaan. Selanjutnya sumber daya tak berwujud yang relevan mencakup jaringan bisnis yang terdiri dari pelanggan, pemasok, pekerja, pesaing dan mitra bisnis terkait lainnya. Oleh karena itu, daya saing dan kinerja perusahaan tidak hanya tergantung pada sumber daya dan kemampuan perusahaan, tapi juga bergantung pada hubungan antara perusahaan dan organisasi lainnya melalui jaringan bisnis baik di dalam negeri maupun internasional.

Dalam ekonomi global, daya saing sangat bergantung pada kemampuan sebuah perusahaan dalam membangun jaringan bisnis dengan entitas lainnya. Dalam lingkungan bisnis kontemporer, jaringan bisnis memainkan peran penting dalam pengembangan dan kinerja perusahaan. Di pasar global, perusahaan dituntut untuk menciptakan inovasi berkualitas tinggi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan mereka. Untuk itu sebuah perusahaan membutuhkan mitra yang dapat dipercaya untuk memasarkan produknya. Namun perusahaan seringkali tidak memiliki pengetahuan dan sumber daya yang memadai dalam menawarkan produknya. Untuk itu perusahaan bisa memperoleh pengetahuan dan sumber daya dengan bekerja sama dengan yang lain.

Salah satu dampak positif dari jaringan bisnis bagi sebuah perusahaan yang akan masuk pada pasar global adalah jaringan bisnis dapat menyediakan dukungan dan informasi tentang target pasar.⁸ Dengan jaringan bisnis yang berada diberbagai negara, perusahaan akan dengan mudah melayani kebutuhan konsumennya. Perusahaan juga dapat memperoleh informasi pasar terkait penjualan produknya melalui mitra bisnis yang tersebar diberbagai negara.

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 ini dalam membangun jaringan bisnis global. Apalagi mayoritas perusahaan kecil (UKM), yang cenderung memiliki modal rendah dan sumber daya terbatas.

Provinsi Jawa Timur merupakan lumbung kedelai terbesar di Indonesia yang menyumbang sekitar 42% produksi kedelai nasional. Penghasil kedelai di Jatim menyebar di berbagai kabupaten terutama Banyuwangi, Bojonegoro, Pasuruan, Lamongan, Sampang dan Jember.

Kedelai yang dihasilkan Kabupaten Jember memiliki keunggulan tersendiri karena berhasil menembus pasar internasional atau ekspor ke mancanegara. Adapun negara tujuan ekspor adalah Jepang, Taiwan, Malaysia,

⁸ Ibid., 88.

Singapura, Eropa dan Amerika Serikat. Setiap tahun sekitar 4.500 – 5.000 ton kedelai berhasil diekspor dengan menghasilkan devisa USD 10 juta.⁹

Kedelai yang diekspor adalah jenis edamame yang dikenal dengan kedelai jenis sayur atau *soybean vegetable*. Karena termasuk jenis sayur, maka edamame harus langsung diolah dalam bentuk beku dan siap santap atau *frozen ready to eat*. Artinya, edamame yang dipanen dari sawah harus langsung diolah pada hari itu juga, untuk diolah, dimasak dan dibekukan hingga siap ekspor.

Kedelai jenis edamame merupakan produk unggulan Jember dimana pasar ekspornya masih terbuka luas, sementara pengembangan edamame saat ini baru dilakukan di Kabupaten Jember. Untuk pangsa pasar Jepang saja mencapai 70.000 ton. Dari kebutuhan sebanyak itu, sebagian dipasok dari Cina yang menguasai 50%, Taiwan 35% sisanya disuplai Thailand, Vietnam, dan Indonesia. Belum lagi pasar Asia lainnya, Eropa dan Amerika Serikat, sehingga banyak peluang untuk pengembangan edamame di kabupaten lain di Jatim yang selama ini menjadi sentra kedelai, bahkan di seluruh wilayah di tanah air. Apalagi didukung dengan harga edamame di pasar ekspor cukup tinggi sekitar USD 1,9 atau Rp 20 ribu – Rp 22 ribu per kilogram. Hal ini tentu cukup menggurikan, karena bisa menghasilkan devisa besar serta sekaligus meningkatkan kesejahteraan petani kedelai.

⁹ Alfurqan Setiawan, “Kedelai Jember Tembus Pasar Internasional”, dalam <http://setkab.go.id/kedelai-jember-tembus-pasar-internasional>, (2 Juni 2017).

Pengembangan edamame di Jember dilakukan PT Mitratani Dua Tujuh, yang merupakan anak perusahaan BUMN PTPN X bekerjasama dengan PT Kelola Mina Laut (KML), sebuah perusahaan produk pertanian yang memiliki jaringan ekspor cukup luas di Asia dan Eropa. Saat ini edamame di Jember dikembangkan di area seluas kurang lebih 1.200 hektar yang merupakan milik perusahaan dan petani yang menjadi mitra. Dengan luasan tersebut, maka pengembangan edamame di Jember mampu menyerap sekitar 4.700 tenaga kerja.¹⁰

Para petani di Jember bisa bermitra dengan perusahaan untuk pengembangan edamame dengan persyaratan memiliki lahan minimal 1,5 hektar, suplai air cukup dan stabil, pembuangan air lancar dan bisa menghasilkan minimal 8 ton per hektar. Setiap bulan sekitar 20 kontainer edamame berkapasitas masing-masing 22 ton yang diekspor ke mancanegara terutama Jepang. Artinya setiap bulan sekitar 4.000 hingga 4.500 ton edamame dari Jember berhasil menembus pasar internasional dan menjadi konsumsi masyarakat internasional. Produk edamame tidak hanya diekspor di luar negeri, tapi juga dipasarkan di dalam negeri. Kehadiran pabrik pengolahan edamame di Jember disambut positif oleh masyarakat, karena mereka bisa bekerja dan bermitra dengan perusahaan.

¹⁰ Alfurkon Setiawan, “Kedelai Jember Tembus Pasar Internasional”, dalam <http://setkab.go.id/kedelai-jember-tembus-pasar-internasional>, (2 Juni 2017).

Segala proses distribusi yang dipaparkan diatas baik dimulai dari pengolahan produsen produk edamame sampai ketangan konsumen memerlukan susunan organisasi dan mitra bisnis yang baik. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan pengusaha dalam membangun jaringan bisnis usaha, diantaranya: amanah, komitmen, teknologi informasi, dukungan perantara dan kesesuaian external yang kondusif. Kemampuan PT. Mitratani 27 dalam mengembangkan usaha dan menembus pasar internasional merupakan prestasi yang menjadikan Jember memiliki komoditas unggulan yang diakui dunia. Akan tetapi disamping itu, banyak perusahaan yang masih lemah dalam mengembangkan jaringan pasar dalam usaha menembus pasar global, yang bersumber dari masalah yang dihadapi oleh pengusaha termasuk kurang kepercayaan dan komitmen, kekurangan teknologi informasi, masalah sosial, kegagalan mengidentifikasi atau memilih jaringan bisnis, dan peran lembaga seperti lembaga litbang dan sektor pemerintah. Pentingnya membangun jaringan perdagangan dan membina mitra perusahaan guna meningkatkan pangsa pasar sehingga mampu bersaing pada pasar global menjadikan penulis tertarik untuk mengadakan penelitian terkait hal tersebut, dengan menetapkan judul penelitian **“Jaringan Perdagangan dalam Industri makanan halal di Jember (Studi tentang implementasi jaringan pemasaran edamame produk frozen food PT. Mitratani 27)”**

D. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui proses distribusi produk makanan halal PT. Mitratani Jember dalam membangun jaringan pemasaran.
2. Untuk mengetahui peranan jaringan perdagangan PT. Mitratani 27 Jember dalam mengembangkan produk halal ke pasaran global.
3. Untuk mengetahui strategi PT. Mitratani 27 Jember dalam menghadapi persaingan bisnis.

E. Kegunaan Penelitian

Melalui penelitian ini penulis berharap ada beberapa manfaat yang dihasilkan baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis, yaitu :

1. Kegunaan Teoritis:

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan kita tentang bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan PT. Mitratani 27 Jember dalam mendistribusikan produk makanan halal sehingga mampu bersaing pada persaingan pasar global.

Menambah khazanah keilmuan bagi para cendekia tentang kiat- kiat berbisnis produk makanan halal dan pengembangan kualitas produk sehingga dapat diterima oleh konsumen tidak hanya dalam negeri tapi juga luar negeri.

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan riset atau penelitian lanjutan terkait jaringan perdagangan dalam industri makanan halal.

2. Kegunaan Praktis:

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pelaku usaha bisnis industri makanan halal agar dapat menambah wawasan pelaku bisnis sehingga mampu meningkatkan kualitas produk makanan halal di Indonesia dan mampu bersaing pada pemasaran pasar global.

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Kajian terdahulu berfungsi sebagai bahan analisis berdasarkan kerangka teoritik yang sedang dibangun dan sebagai pembeda dengan penelitian yang akan dilakukan selanjutnya. Berikut penelitian terkait dengan **“ Jaringan Perdagangan dalam Industri makanan halal di Jember (Studi tentang implementasi jaringan pemasaran edamame produk frozen food PT. Mitratani 27)”**, diantaranya:

1. Moch. Khoirul Anwar (2002) dalam tesisnya yang berjudul “Sertifikasi Halal dan Implikasinya terhadap Pemasaran Suatu Produk.” (Studi Tentang Implikasi Sertifikasi halal LPPOM MUI Jatim Terhadap Pemasaran Produk Perusahaan Rumah Potong Ayam PT. Koko Timbul Gedangan Sidoarjo). Penelitian ini membahas tentang implikasi sertifikasi halal terhadap pemasaran suatu produk. Hasil penelitian Moch. Khoirul

Anwar menunjukkan bahwa sertifikasi halal dapat mempengaruhi sikap konsumen muslim untuk mengkonsumsi suatu produk. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama- sama meneliti tentang produk halal, namun yang membedakan adalah pada penelitian Moch. Khoirul Anwar, membahas tentang pengaruh sertifikasi halal terhadap pemasaran suatu produk. Sedangkan pada penelitian ini membahas tentang jaringan perdagangan produk makanan halal.

2. Nor Aini Haji Idris (2013) dalam jurnalnya yang berjudul “Jaringan Perniagaan dalam Industri Makanan Halal di Malaysia.” Jurnal ini membahas tentang efektivitas daya saing terutama terkait dengan jaringan bisnis di Malaysia. Hasil dari penelitian ini adalah sebagian besar perusahaan pengolahan di Semenanjung Malaysia menghadapi masalah dalam pembentukan jaringan pemasaran, terutama ditingkat global. Industri makanan halal di Malaysia masih lemah dalam mengembangkan jaringan pasar dalam usaha menembus pasar global. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama- sama meneliti jaringan perdagangan, namun yang membedakan adalah pada jurnal Nor Aini Haji Idris dalam pengumpulan data menggunakan banyak sampel dari perusahaan-perusahaan makanan halal di Malaysia. Namun pada penelitian ini berfokus pada jaringan perdagangan produk makanan halal pada PT. Mitratani 27 Jember.

3. Emi Normalina Omar, (2011) dalam jurnalnya yang berjudul “Rantai Pasokan Halal pada Industri Makanan.” Jurnal ini membahas tentang pentingnya menerapkan konsep halal mulai pada setiap mata rantai mulai dari peternakan sampai kepada pelanggan. Hasil dari penelitian Emi Normalina Omar yaitu, rantai pasokan halal penting dalam mengidentifikasi secara kritis titik kontrol halal yang bisa membuat produk halal menjadi produk non-halal karena kontaminasi dan pencampuran dengan produk non-halal selama penanganan, penyimpanan, pengemasan dan pengangkutan produk. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama- sama meneliti tentang saluran distribusi (mata rantai) pasokan makanan halal, namun yang membedakan adalah pada jurnal Emi Normalina Omar membahas tentang pentingnya menjaga konsep halal dari setiap mata rantai saluran distribusi. Namun pada penelitian ini membahas tentang saluran distribusi perdagangan makanan halal.
4. Mohd Hafiz Zulfakara, Marhani Mohamed Anuarb, Mohamed Syazwan Ab Talibc, (2012) dalam jurnalnya “Kerangka Konseptual Peningkatan Integritas Rantai Pasokan Halal. Jurnal ini membahas tentang pentingnya melindungi integritas Halal dari produk makanan.” Jurnal ini membahas tentang pentingnya melindungi integritas Halal dari produk makanan. Hasil dari penelitian Mohd Hafiz Zulfakara, Marhani Mohamed Anuarb, Mohamed Syazwan Ab Talibc yaitu Integritas halal adalah dasar industri

makanan halal. Langkah-langkah perlindungan dan pencegahan harus dilakukan untuk memastikan bahwa produk makanan halal masih tetap halal meski telah menempuh perjalanan panjang dan mengalami berbagai aktivitas penanganan dalam rantai pasokan. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama- sama meneliti tentang rantai makanan halal, namun yang membedakan adalah pada jurnal Mohd Hafiz Zulfakara, Marhani Mohamed Anuarb, Mohamed Syazwan Ab Talibc, membahas dan mengembangkan kerangka konseptual awal mengenai faktor-faktor yang meningkatkan integritas rantai pasokan makanan Halal, akantetapi pada penelitian ini membahas peranan jaringan perdagangan makanan halal.

5. Isnan HM (2006) dalam tesisnya “Peranan Pengusaha Terhadap Peranan Labelisasi Halal. Tesis ini membahas tentang peran labelisasi halal. Persamaan dengan penelitian ini adalah sama- sama meneliti tentang produk berlabel halal, akantetapi perbedaannya adalah dalam penelitian Isnan HM membahas tentang peran pengusaha terhadap label halal, namun pada penelitian ini membahas tentang peran jaringan perdagangan produk halal.

No	Nama, Judul penelitian dan Tahun Penulis.	Hasil Penelitian
1	Moch. Khoirul Anwar, Sertifikasi Halal dan Implikasinya terhadap Pemasaran Suatu Produk. (Studi Tentang Implikasi Sertifikasi halal LPPOM MUI jatim Terhadap Pemasaran Produk Perusahaan Rumah Potong Ayam PT. Koko Timbul Gedangan Sidoarjo), 2002.	Sertifikasi halal dapat mempengaruhi sikap dan pendapat konsumen muslim untuk mengkonsumsi suatu produk. Di perusahaan PT. Koko Timbul, peran dan pengaruh sertifikasi halal dalam hal pemasaran lebih terasa apabila produknya dipasarkan kekonsumen kelas menengah keatas atau ke konsumen industri.
2	Nor Aini Haji Idris, <i>Bussines Network in Halal Food Industries in Malaysia</i> , 2013.	Jaringan adalah tentang menciptakan, membangun dan memelihara hubungan, kredibilitas, kepercayaan, dan menunjukkan profesionalisme, pengetahuan dan keahlian. Jaringan bisnis memainkan peran penting dalam pengembangan dan kinerja perusahaan.
3	Emi Normalina Omar Rantai Pasokan Halal pada Industri Makanan, 2011.	Rantai pasokan halal penting dalam mengidentifikasi secara kritis titik kontrol halal yang bisa membuat produk halal menjadi produk non-halal karena kontaminasi dan pencampuran dengan produk non-halal selama penanganan, penyimpanan, pengemasan dan pengangkutan produk.
4	Mohd Hafiz Zulfakara, Marhani Mohamed Anuarb, Mohamed Syazwan Ab Talibc, Kerangka Konseptual	Integritas halal adalah dasar industri makanan halal. Langkah-langkah perlindungan dan pencegahan harus dilakukan untuk memastikan bahwa produk makanan halal masih tetap

	Peningkatan Integritas Rantai Pasokan Halal, 2012.	halal meski telah menempuh perjalanan panjang dan mengalami berbagai aktivitas penanganan dalam rantai pasokan.
5	Isnan HM, Peranan Pengusaha Terhadap Peranan Labelisasi Halal, 2006.	Bahan makanan dan minuman yang termasuk dalam katagori halal, dipersiapkan dan diolah berdasarkan ketentuan halal menurut syariat Islam.

G. Metode Penelitian

1. Metode

Metode penelitian merupakan ilmu yang mempelajari tentang cara penelitian ilmu tentang alat-alat dalam suatu penelitian.¹¹ Oleh karena itu metode penelitian membahas tentang konsep teoritis berbagai metode, kelebihan dan kelemahan yang dalam suatu karya ilmiah. Kemudian dilanjutkan dengan pemilihan metode yang akan digunakan dalam penelitian nantinya.¹²

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian lapangan yang sesuai dengan obyek yang peneliti pilih. Sebagai pisau analisis peneliti menggunakan teori- teori yang diambil dari buku buku literatur yang mendukung dan relevan dengan judul tesis ini.

¹¹ Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Rake Sarasin, 2000), 6.

¹² *Ibid.*, 3.

Kirk dan Miller mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai suatu tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya.¹³ Metode penelitian kualitatif juga sering disebut metode penelitian naturalistic karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*).¹⁴

2. Sumber Data

Sumber data merupakan subjek dari mana data dapat diperoleh. Apabila peneliti akan menggunakan teknik wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden (orang yang merespon/menjawab pertanyaan dari peneliti). Apabila peneliti menggunakan teknik observasi, maka sumber datanya berupa benda gerak/proses sesuatu. Apabila peneliti menggunakan teknik dokumentasi, maka catatan (data) yang diperoleh menjadi sumber data.

Sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah:

- a. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari informan.

Yang termasuk data primer adalah transkrip hasil wawancara yang dilakukan peneliti dan hasil temuan-temuan saat proses pelaksanaan penelitian terkait dengan masalah penelitian.

¹³ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), 4.

¹⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet. IV, (Bandung: CV. Alfabeta, 2008), 14.

- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data yang menunjang data primer yang bersumber dari buku, jurnal, laporan tahunan, literatur dan dokumen lain yang berhubungan dengan masalah penelitian.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Wawancara

Menurut Esterberg, dalam Sugiono “ Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik.” Ia juga mengemukakan beberapa macam wawancara, yaitu wawancara terstruktur, semistruktur, dan tidak terstruktur. Dalam wawancara ini peneliti menggunakan wawancara semi terstruktur. Tujuannya adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide- idenya.¹⁵ Dalam wawancara ini peneliti langsung melakukan tanya jawab dengan narasumber.

¹⁵ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet. IV, (Bandung: CV. Alfabeta, 2008), 320.

b. Observasi

Metode ini diartikan sebagai sesuatu aktivitas yang sempit yakni memperhatikan sesuatu dengan mata.¹⁶ Dalam kaitannya dengan pengumpulan data, metode ini akan dilakukan dengan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan yang terjadi pada objek penelitian seperti dengan cara mengamati keadaan sekitar lokasi, proses produksi *frozen food* dan pendistribusian produk makanan halal sampai ke tangan konsumen.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah catatan peristiwa, baik berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental.¹⁷ Metode ini digunakan untuk menguatkan data-data yang telah didapatkan. Dalam hal ini, yakni kegiatan yang dilakukan oleh PT. Mitratani 27 dalam pendistribusian produk makanan halal.

d. Kepustakaan

Yaitu mencari atau menggali informasi atau pengetahuan yang berhubungan dengan penelitian ini melalui sumber-sumber ilmiah seperti buku-buku, jurnal dan lainnya.

¹⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1986), 128.

¹⁷ *Ibid.*, 329.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.¹⁸

Proses analisis data penulis, dilakukan melalui tahapan; reduksi data, penyajian atau *display* data dan kesimpulan atau verifikasi. Untuk lebih jelasnya, penulis akan menjelaskan proses analisis tersebut sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, Surat keputusan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Reduksi data bisa dilakukan dengan jalan melakukan abstraksi. Abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses dan pernyataan-pernyataan yang perlu dijaga sehingga tetap berada dalam data penelitian. Dengan kata lain proses reduksi data ini dilakukan oleh peneliti secara terus menerus saat melakukan penelitian untuk menghasilkan catatan-catatan inti dari data yang diperoleh dari hasil penggalan data.

¹⁸ Ibid., 334.

b. Penyajian data

Langkah ini dilakukan dengan menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Hal ini dilakukan dengan alasan data-data yang diperoleh selama proses penelitian kualitatif biasanya berbentuk naratif, sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi isinya.

c. Kesimpulan atau verifikasi

Kesimpulan atau verifikasi adalah tahap akhir dalam proses analisa data. Pada bagian ini peneliti mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan. Penarikan kesimpulan bisa dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subyek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut.

5. Validitas Data

Agar dalam proses selanjutnya kita dapat mengetahui apa saja yang telah ditemukan dan diinterpretasi di dalam lapangan, maka kita perlu mengetahui kredibilitasnya dengan menggunakan beberapa cara agar kebenaran hasil penelitian dapat dipercaya. Antara lain:

a. Memperpanjang masa observasi

Pada saat melakukan observasi diperlukan waktu untuk betul-betul mengenal suatu lingkungan, oleh karena itu peneliti berusaha memperpanjang waktu penelitian dengan cara mengadakan hubungan baik dengan orang-orang disana, dengan cara mengecek kebiasaan yang ada dan mengecek kebenaran informasi guna memperoleh data dan informasi yang valid yang diperlukan dalam penelitian ini. Serta melakukan pengamatan secara terus menerus sehingga peneliti dapat memperhatikan sesuatu secara lebih cermat, terinci dan mendalam mengenai apa yang sedang ditelitinya.

b. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya.¹⁹ Triangulasi ada berbagai macam cara, yaitu:²⁰

¹⁹ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), 331.

²⁰ Bachtiar S Bachri, "Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif", *Jurnal* vol 10 No1, (April 2010), 56.

H. Sitematika Pembahasan

Dalam pembahasan dan penulisan tesis yang berjudul **Jaringan Perdagangan dalam Industri Makanan Halal di Jember (Studi tentang Implementasi Jaringan Pemasaran Edamame Produk Frozen Food PT. Mitratani 27 Jember)**” disusun dengan sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini peneliti menguraikan latar belakang penelitian, serta fokus penelitian tujuan serta kegunaan penelitian ini. Latar belakang akan membahas mengenai seluk beluk masalah serta fenomena yang terjadi dilapangan, sehingga memperkuat alasan mengapa fenomena tersebut harus diteliti. Sedangkan fokus penelitian akan membatasi ruang lingkup dan batas-batas penelitian. Kemudian, tujuan dan kegunaan disajikan sebagai dasar kebutuhan penelitian yang dilakukan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada bagian ini, akan mengulas secara rinci terkait fokus dan pembahasan pada tesis ini. Pengulasan tersebut dijabarkan dari kerangka pemikiran sebagai ulasan yang lebih luas mengenai hal-hal yang menjadi panduan dalam lingkup teori. Selain itu bab ini juga akan membahas mengenai teori-teori yang mendukung maupun yang kontradiktif dari fenomena yang terjadi di lapangan.

BAB III Gambaran Umum Objek Penelitian

Bagian ini membahas mengenai objek penelitian dengan rinci. Seperti, sejarah berdirinya PT. Mitratani 27 Jember, visi dan misi, letak geografis perusahaan, sarana dan prasarana yang digunakan, struktur organisasi, dan lain sebagainya yang berhubungan dengan objek penelitian.

BAB IV Pembahasan

Bab ini merupakan inti dari penelitian, yang akan memaparkan beragam temuan serta fakta yang terjadi di lapangan. Dan akan memaparkan tentang analisis data, yang terdiri dari tiga sub bab yaitu, *pertama*, analisis proses distribusi PT. Mitratani 27 Jember dalam membangun jaringan perdagangan, *kedua*, peran jaringan perdagangan dalam mengembangkan produk halal kepasar global, *ketiga*, strategi PT. Mitratani 27 Jember dalam menghadapi persaingan bisnis. Analisis dilakukan melalui data-data yang diperoleh dari pengumpulan data yang mendukung, yakni wawancara, dokumentasi serta data-data yang bersumber dari kepustakaan.

BAB V Penutup

Pada bagian ini akan dipaparkan kesimpulan dari penelitian, selain itu bab ini juga akan memberikan saran untuk penelitian berikutnya serta saran kepada lembaga atau tempat penelitian dilakukan, sehingga memiliki manfaat secara praktis pula.