

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia memiliki sumberdaya ikan yang berpotensi dari segi jenis dan jumlahnya. Salah satu sumber hayati di Indonesia adalah udang mantis yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi sehingga udang mantis dapat dijadikan suatu andalan ekspor non migas dari sektor perikanan. Pengembangan dan pelestarian potensi sumberdaya kelautan dan perikanan dalam pembangunan harus memiliki teknik penanganan yang tepat. Pengembangan dan pelestarian potensi yang ada sampai saat ini belum dilakukan secara optimal. Potensi perikanan laut terdiri dari Laut Kabupaten sebesar 28.675 ton/tahun, Laut Provinsi sebesar 77.980 ton/tahun dan yang terakhir potensi pemanfaatan laut natuna dan ZEEI laut Cina Selatan sebesar ± 1 juta ton/tahun (Dinas Perikanan dan Kelautan, 2016). Berdasarkan karakteristik hidup ikan, Kecamatan Tungkal Ilir memiliki potensi sumberdaya perikanan laut antara lain berupa udang, kerang, ikan, kepiting dan cumi-cumi.

Salah satu komoditas unggulan dari hasil perikanan di Kelurahan Kampung Nelayan yaitu udang. Adapun jenis udang yang dominan tertangkap menggunakan alat tangkap gill net di Kelurahan Kampung Nelayan adalah udang mantis (Mantis Shrimp). Para nelayan di Kuala Tungkal khususnya di Kampung Nelayan melakukan berbagai aktifitas melaut dengan tujuan untuk menangkap hasil laut. Dalam melakukan penangkapan udang mantis di Tungkal Ilir dapat dilakukan setiap hari tanpa mengenal musim sehingga hasil tangkapan setiap bulan relative sama. Nilai ekonomis yang dimiliki udang mantis menjadikannya sebagai salah satu komoditas utama dari sub sektor perikanan yang berguna untuk konsumsi ikan skala lokal maupun ekspor (Departemen Kelautan dan Perikanan, 2005).

Produksi udang mantis mempunyai peran yang sangat penting baik dalam pengembangan sosial maupun pengembangan sosial. Permintaan terhadap udang mantis semakin hari semakin meningkat mengakibatkan terjadinya perdagangan yang semakin besar dapat memenuhi kebutuhan pasar tersebut. Pada tahun 2015-2017 nilai ekspor udang manis di Tungkal Ilir cenderung terjadi peningkatan. Tahun 2015 volume ekspor sebanyak 2.488.867 ekor meningkat 27,14% sedangkan pada tahun 2016 menjadi 3.164.420 ekor dan pada tahun 2017 meningkat 19,61% menjadi 3.785.059 ekor (BKIPM Jambi, 2018). Namun beberapa tahun terakhir ini

permintaan terhadap udang mantis menurun dikarenakan situasi Covid-19 mengakibatkan penjualan para lembaga pemasaran terjadinya penurunan dalam pengiriman udang mantis ke luar negeri.

Udang mantis adalah jenis udang sangat diminati dan dikonsumsi masyarakat mancanegara. Menurut Ashari dkk (2016), Udang segar Indonesia memiliki keunggulan komparatif, namun daya saing udang segar Indonesia masih rendah dibandingkan dengan Thailand. Masyarakat di Kampung Nelayan, udang mantis disebut udang ketak dalam bahasa Inggris disebut Mantis Shrimp. Fauzi et al. (2012) mengungkapkan bahwa kenyataannya produksi udang domestik belum mampu memenuhi standar ekspor. Sementara itu, pasar dunia yang semakin kompetitif terutama dalam persaingan kualitas dan kuantitas produk. Udang mantis memiliki sifat yang agresif terutama pada saat menyerang dan membunuh mangsanya. Udang mantis merupakan udang yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi dan hasil penjualan udang mantis tersebut merupakan salah satu sumber pendapatan nelayan. Udang mantis dilihat dari segi ekologi merupakan makhluk hidup yang memiliki peran penting dalam ekosistem terumbu karang dengan menjaga populasi dan memelihara semua spesies yang ada baik secara langsung maupun tidak langsung. Udang mantis yang diperoleh nelayan dipasarkan ke berbagai konsumen. Sedangkan pemasaran untuk ekspor dipilih udang mantis yang mempunyai ukuran tertentu.

Alat tangkap yang digunakan nelayan untuk menangkap udang mantis yaitu gill net. Gill Net merupakan jaring yang berbentuk persegi panjang, mata jaring, sama ukurannya pada seluruh jaring, serta lebar jaring lebih pendek dibandingkan dengan panjangnya. Jaring insang adalah salah satu jenis penangkap ikan dari bahan jaring monofilamen atau multifilamen yang dibentuk menjadi persegi panjang, pada bagian atas dilengkapi dengan pelampung (floats) dan pada bagian bawahnya dilengkapi dengan pemberat (sinkers) sehingga dengan adanya dua gaya yang berlawanan memungkinkan jaring insang dapat dipasang di daerah penangkapan dalam keadaan tegak menghadang biota perairan (Widiyanto et al., 2016).

Khususnya di Kelurahan Kampung Nelayan pemasaran udang mantis dilakukan oleh beberapa lembaga pemasaran dimulai dari nelayan, pedagang perantara dan pedagang agen. Menurut Philip, Kotler dan Armstrong (2002), saluran pemasaran merupakan serangkaian organisasi yang terkait dalam semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemilikannya dari produsen hingga konsumen. Tata niaga adalah suatu kegiatan ekonomi

yang berfungsi untuk pemindahan barang dari produsen ke konsumen secara efektif dan efisien. Syarat kegiatan tata niaga yang efisien dan efektif yaitu mampu mengirimkan barang dari produsen ke konsumen dengan tepat waktu tanpa merugikan pihak terkait, mampu memberikan pembagian harga yang adil dari seluruh harga yang konsumen bayar ke semua pihak terlibat dalam produksi. Fungsi tata niaga terdiri dari: fungsi pertukaran (*Exchange Function*), fungsi fisik (*Physical Function*), fungsi penyediaan (*Facilitating Function*).

Bagi keluarga nelayan, tingkat produksi udang mantis yang tinggi belum bisa memberikan tingkat pendapatan yang optimal apabila tidak disertai dengan harga jual yang sepadan dikarenakan nelayan harus membayar biaya yang dikeluarkan selama proses produksi udang mantis. Sebaliknya bagi pedagang perantara dan pedagang agen harus mempertimbangkan harga jual agar dapat membayar biaya yang dikeluarkan selama produksi hingga pengangkutan.

Harga jual udang mantis rendah disebabkan oleh inefisiensi pemasaran akibat banyak lembaga pemasaran terlibat dalam kegiatan pemasaran udang mantis di Kelurahan Kampung Nelayan. Nelayan melibatkan beberapa lembaga pemasaran dalam menyalurkan udang mantis kepada konsumen untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Menurut Mubyarto (1994), persyaratan yang harus dipenuhi untuk mendapatkan pemasaran yang lebih efisien yaitu: a) mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan pemasaran barang itu; b) mampu menyampaikan hasil dari produsen ke konsumen akhir dengan biaya yang murah. Kepuasan dari produsen, konsumen maupun lembaga yang terlibat dalam pengiriman barang/jasa dari nelayan hingga akhir merupakan ukuran dari efisiensi. Nelayan, lembaga pemasaran ingin mencapai efisiensi yang tinggi (Nassarudin dan Ahmad, 2010).

Berdasarkan latar belakang di atas rantai tata niaga dan pemasaran udang mantis di Kampung Nelayan belum ada informasi dan penelitian sebelumnya. Oleh karena itu penulis tertarik meneliti hal tersebut dengan judul “Margin dan Efisiensi Pemasaran Hasil Tangkapan Udang Mantis (*Harpiosquilla raphidea*) di Kampung Nelayan Kecamatan Tungkal Ilir”.

1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis margin pemasaran hasil tangkapan udang mantis di Kampung Nelayan Kecamatan Tungkal Ilir.
2. Menganalisis efisiensi pemasaran hasil tangkapan udang mantis di Kampung Nelayan Kecamatan Tungkal Ilir.

1.3. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

- a. Untuk aspek aplikasinya dapat bermanfaat bagi: a) Nelayan sebagai pedoman untuk pemilihan rantai tata niaga yang sederhana; b) Pedagang perantara sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga jual udang mantis; c) Pedagang agen sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan harga jual udang mantis; d) Pemerintah sebagai pertimbangan dalam menentukan kebijakan tentang harga jual udang mantis.
- b. Untuk menambah ilmu pengetahuan bagi peneliti dan sebagai bahan kajian ilmiah tentang analisis pemasaran udang mantis.
- c. Dapat digunakan sebagai referensi atau penelitian lebih lanjut agar terdapat wacana yang diharapkan berubah menjadi tindakan yang nyata untuk kesejahteraan masyarakat.