

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perikanan sesuai UU RI Nomor 45 Tahun 2009 diartikan sebagai semua kegiatan yang berkaitan dengan pemanfaatan dan pengelolaan sumber daya ikan dan lingkungannya mulai dari praproduksi, produksi, pengolahan sampai dengan proses pemasaran yang dilaksanakan dalam suatu sistem bisnis perikanan. Dari pengertian perikanan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa Perikanan adalah semua kegiatan yang berhubungan atau berkaitan dengan pemanfaatan dan pengelolaan sumberdaya laut untuk kegiatan produksi.

Menurut UU RI Nomor 9 Tahun 1985 dan UU RI Nomor 31 Tahun 2004, kegiatan yang termasuk dalam perikanan dimulai dari praproduksi, produksi, pengolahan sampai dengan pemasaran, yang dilaksanakan dalam suatu sistem bisnis perikanan. Dengan demikian, perikanan dapat dianggap merupakan usaha agribisnis. Umumnya, perikanan dimaksudkan untuk kepentingan penyediaan pangan bagi manusia.

Pemasaran ikan ialah kegiatan yang sangat penting pada sektor perikanan sebagai rangkaian mata rantai agribisnis perikanan yang terdiri dari rantai pra produksi, rantai produksi (penangkapan ikan dan budidaya ikan), rantai pasca produksi (pengolahan dan pemasaran) (Abidin et al., 2020). Nelayan memasarkan ikan hasil tangkapan tanpa begitu memperhatikan saluran pemasaran. Hal ini karena kebutuhan nelayan akan uang demi keperluan dalam rumah tangga maupun input alat tangkap semakin menuntut.

Penyebab lainnya sehingga nelayan menjual ikan hasil tangkapan tanpa memperhatikan harga dan saluran pemasaran, karena komoditi ikan yang cepat membusuk apabila disimpan dalam waktu yang lama. Saluran pemasaran merupakan pola-pola pemasaran yang terbentuk selama pergerakan arus distribusi komoditi dari produsen ke konsumen akhir (Selan dan Nubatonis, 2016). Sedangkan margin pemasaran menurut (Jumiati et al., 2013) adalah perbedaan harga yang diterima oleh petani atau nelayan dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen.

Sektor perikanan Indonesia awalnya merupakan subsektor pertanian “agrokompleks”. Dalam perkembangannya, perikanan telah menjadi sektor tersendiri mengingat peranannya yang penting dan strategis, potensinya yang besar dan memberikan kontribusi yang nyata terhadap pembangunan nasional Indonesia sebagai negara maritim (Abidin et al., 2020). Pembangunan sub sektor perikanan bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan nelayan dan petani ikan menuju terwujudnya masyarakat adil dan makmur.

Target konsumsi ikan nasional yang ingin dicapai Kementerian Kelautan dan Perikanan pada tahun 2024 adalah 62,5 kg/kapita. Sementara angka konsumsi ikan nasional tahun 2020 naik 3,47 persen menjadi 56,39 kg/kapita dibanding tahun 2019 sebesar 54,5 kg/kapita. Hal ini disebabkan oleh permintaan konsumen dalam negeri dan peluang ekspor yang terus meningkat guna memenuhi kebutuhan pangan. Di samping itu juga, prospek pasar produksi ikan semakin baik, karena didukung oleh adanya kesadaran gizi dan diversifikasi bahan makanan pada masyarakat. Selain itu, untuk keperluan bahan baku industri rumah tangga seperti abon ikan, kerupuk ikan, bakso ikan dan produk olahan ikan lainnya (Selan dan Nubatonis, 2016).

Dalam Rancangan Strategis Kementerian Kelautan dan Perikanan tantangan untuk peningkatan produksi kelautan dan perikanan saat ini diantaranya adalah (1) struktur armada penangkapan ikan masih didominasi skala kecil dan tradisional, (2) pemanfaatan potensi perikanan budidaya masih terkendala dengan tata ruang dan biaya produksi yang tinggi, (3) ketersediaan bahan baku yang tidak stabil untuk mendukung industrialisasi kelautan dan perikanan (4) akses permodalan untuk peningkatan skala usaha, (5) daya saing dan mutu produk perikanan untuk ekspor yang masih perlu ditingkatkan (6) sarana prasarana pendukung di daerah belum seluruhnya memadai seperti pelabuhan perikanan, balai benih, pertambakan garam dan budidaya ikan, dan lain lain, dan (7) degradasi ekosistem, perubahan iklim dan cuaca ekstrim. Sedangkan, permasalahan pengembangan perikanan tangkap sendiri antara lain adalah (1) adanya degradasi SDI akibat eksploitasi melebihi batas kemampuan ikan untuk melakukan regenerasi, (2) sarana dan prasarana yang masih perlu peningkatan seperti kapal dan alat tangkap, pelabuhan perikanan berserta fasilitasnya, dan sarana prasarana pendukung usaha

penangkapan ikan lainnya, (3) masih rendahnya akses usaha nelayan terhadap permodalan dan minimnya perlindungan sosial bagi nelayan.

Pada pengembangan perikanan tangkap, Provinsi Jambi memiliki sarana prasarana berupa Pelabuhan Perikanan dan fasilitasnya yang saat ini dikenal sebagai Pelabuhan Perikanan Pantai Kuala Tungkal. Pelabuhan Perikanan ini mulai dibangun diatas lahan seluas $\pm 3,9$ Ha pada tahun 1997 yang berlokasi di Kabupaten Tanjung Barat (sebelum pemekaran sebagai Kabupaten Tanjung Jabung) Provinsi Jambi. Kabupaten Tanjung Jabung Barat, Provinsi Jambi secara geografis terletak pada $103^{\circ} 23'$ - $104^{\circ} 21'$ Bujur Timur dan $0^{\circ} 53'$ - $01^{\circ} 41'$ Lintang Selatan. Kabupaten Tanjung Jabung Barat, beribu kota Kuala Tungkal, mempunyai potensi sumber daya perikanan yang besar (Dinas Perikanan Provinsi Jambi, 2013). Potensi sumber daya perikanan yang besar tentu perlu digali agar dapat dimanfaatkan secara optimal dengan harapan pada masa yang akan datang memberikan manfaat ekonomi, manfaat sosial, dan manfaat ekologis bagi pengembangan Kabupaten Tanjung Jabung Barat.

Kegiatan operasional pelabuhan terdapat sekitar 5 – 10 kapal/hari yang mendarat di Pelabuhan Perikanan Pantai Kuala Tungkal dengan produksi hasil tangkapan kisaran 1 - 2 ton/harinya. Jenis ikan yang didaratkan adalah ikan bawal hitam, ikan bawal putih, ikan senangin, dan ikan tenggiri. Dalam Undang-Undang No. 45 Tahun 2009, ikan didefinisikan sebagai segala jenis organisme yang seluruh atau bagian dari siklus hidupnya berada dalam lingkungan perairan. Secara umum perairan tempat kehidupan ikan terdiri dari laut, tawar, payau. Purnomo (2018) mendefinisikan ikan laut (*pisces maris*), adalah salah satu sumberdaya laut yang dapat dikonsumsi untuk kesejahteraan manusia di bumi. Untuk menjaga ikan agar tetap segar, nelayan mengelola ikan yang sudah ditangkap dengan cara mengawetkan menggunakan es. Produksi es balok di Pelabuhan Perikanan Pantai Kuala Tungkal masih kurang karena pelabuhan hanya memproduksi 240 balok/hari, sedangkan kebutuhan nelayan adalah 400-500 balok/hari. Hal ini tentu dapat mempengaruhi ikan yang akan dipasarkan.

Pemasaran ikan laut di Pelabuhan Perikanan Pantai Kuala Tungkal mesti didukung oleh upaya pemerintah dalam memajukan perikanan kabupaten maupun

provinsi. Oleh karena itu, aspek pemasaran ikan laut merupakan salah satu aspek penting dalam membangun masyarakat nelayan. Panjang pendeknya saluran pemasaran dapat menyebabkan selisih harga di tingkat nelayan dan harga yang dibayarkan konsumen. Adanya selisih harga yang relatif tinggi antara harga yang dibayar konsumen dengan harga yang diterima produsen menunjukkan tingginya biaya dan keuntungan yang diambil oleh lembaga pemasaran. Harga yang tinggi di tingkat konsumen belum tentu memberikan keuntungan yang tinggi bagi nelayan. Proses penyampaian produk tersebut oleh produsen atau lembaga pemasaran bisa disalurkan melalui lebih dari satu saluran pemasaran. Masalah pola saluran ini sebenarnya bukan semata-mata terletak pada panjang pendeknya saluran pemasaran tetapi saluran pemasar mana yang memberikan tingkat efisiensi yang paling tinggi. Oleh karena itu perlu adanya pemasaran yang efisien yang mampu mengadakan pembagian keuntungan yang adil kepada semua pihak baik nelayan maupun lembaga pemasaran.

Lembaga yang terlibat dalam saluran pemasaran Pelabuhan Perikanan Pantai (PPP) Kuala Tungkal adalah Nelayan, Pedagang Pengumpul, Pedagang Agen, Pedagang Pengecer dan Pengolah/Masyarakat. Nelayan di Pelabuhan Perikanan Pantai (PPP) Kuala Tungkal adalah nelayan penggarap (buruh/pekerja) dimana nelayan mempunyai keterikatan dengan pedagang pengumpul yaitu diberi upah pembekalan untuk melaut. Pedagang Pengumpul adalah yang akan memberi upah pada nelayan penggarap berdasarkan penjualan ikan hasil tangkapan. Pedagang Agen dan Pedagang Pengecer adalah yang akan membeli ikan kepada pedagang pengumpul. Adapun Pengolah/Masyarakat yang membeli langsung ikan kepada pedagang pengumpul. Secara keseluruhan terdapat 3 pola saluran pemasaran di Pelabuhan Perikanan Pantai (PPP) Kuala Tungkal.

Aktivitas Jual Beli terjadi di Pelabuhan Perikanan Pantai Kuala Tungkal tetapi Tempat Pelelangan Ikan (TPI) di Pelabuhan Perikanan Pantai Kuala Tungkal sudah lama tidak beroperasi. Padahal fungsi TPI antara lain adalah (1) Memperlancar kegiatan pemasaran dengan sistem lelang, (2) Mempermudah pembinaan mutu ikan hasil tangkapan nelayan dan (3) Mempermudah pengumpulan data statistik. Berdasarkan sistem transaksi penjualan ikan dengan

sistem lelang tersebut diharapkan dapat meningkatkan pendapatan nelayan dan perusahaan perikanan (Sinaga, 2020).

Berdasarkan uraian di atas maka timbul niat penulis untuk membahas lebih mendalam melalui penelitian ini tentang usaha perikanan laut di Pelabuhan Perikanan Pantai Kuala Tungkal, terutama ditinjau dari segi pemasarannya dengan tidak meninggalkan hal-hal lain yang berhubungan dengan bidang ini dan judul dari penelitian ini adalah Efisiensi Pemasaran Ikan Laut di Pelabuhan Perikanan Pantai Kuala Tungkal.

1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui saluran pemasaran yang terbentuk dalam pemasaran ikan laut di Pelabuhan Perikanan Pantai Kuala Tungkal.
2. Mengetahui margin pemasaran antar saluran pemasaran ikan laut yang terjadi di Pelabuhan Perikanan Pantai Kuala Tungkal.
3. Mengetahui efisiensi pemasaran ikan laut yang terjadi di Pelabuhan Perikanan Pantai Kuala Tungkal.

1.3. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Nelayan dan Pihak Swasta

Nelayan dan pihak swasta dapat mengetahui saluran pemasaran serta margin pemasaran dan mengetahui saluran pemasaran mana yang efisien untuk melakukan pemasaran ikan di Pelabuhan Perikanan Pantai Kuala Tungkal serta apakah nelayan untung dengan tidak adanya sistem lelang di Pelabuhan Perikanan Pantai Kuala Tungkal

2. Peneliti Lain

Dapat digunakan untuk informasi serta acuan bagi penelitian berikutnya dengan ruang lingkup yang tidak berbeda.

3. Peneliti

Diharapkan dapat menjadi pembelajaran dan mengetahui saluran pemasaran dan margin pemasaran di Pelabuhan Perikanan Pantai Kuala Tungkal.