

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perikanan tangkap masih menjadi sektor penting bagi masyarakat pesisir di Indonesia, khususnya di Kabupaten Tanjung Jabung Barat, Provinsi Jambi. Salah satu hasil tangkapan yang memiliki nilai ekonomi dan sosial tinggi adalah udang rebon (*Acetes indicus*). Udang ini tidak hanya dikonsumsi langsung, tetapi juga menjadi bahan baku penting bagi industri rumah tangga seperti pembuatan terasi, petis, dan kerupuk udang.

Namun, potensi ekonomi dari udang rebon belum dimaksimalkan oleh nelayan karena posisi mereka yang lemah dalam struktur pemasaran. Produk yang mereka hasilkan umumnya dijual ke pengepul dengan harga rendah, sementara nilai jualnya meningkat tajam di tingkat konsumen akhir. Hal ini menunjukkan adanya ketimpangan dalam distribusi nilai tambah pada sistem pemasaran udang rebon.

Dalam konteks tersebut, dibutuhkan kajian mendalam terhadap rantai pemasaran udang rebon, yaitu bagaimana produk berpindah dari nelayan ke konsumen akhir, siapa saja pelaku yang terlibat, fungsi masing-masing pelaku, serta bagaimana nilai dan margin keuntungan terdistribusi. Pendekatan rantai pemasaran tidak hanya melihat pola saluran, tetapi juga fokus pada struktur, perilaku, dan kinerja setiap aktor dalam sistem tersebut.

Dengan memahami secara utuh rantai pemasaran, diharapkan dapat ditemukan strategi intervensi yang mampu meningkatkan posisi tawar nelayan, mendorong efisiensi distribusi, dan memastikan bahwa nilai ekonomi dari udang rebon dinikmati secara lebih adil oleh pelaku hulu.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Rantai Pemasaran Udang Rebon (*Acetes indicus*) di Kelurahan Kampung Nelayan, Kabupaten Tanjung Jabung Barat.”

1.2 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola dan struktur rantai pemasaran udang rebon di lokasi penelitian, mengkaji pelaku, fungsi, serta hubungan antar aktor dalam rantai pemasaran, menganalisis distribusi margin dan nilai tambah antar pelaku, serta mengevaluasi efisiensi pemasaran pada setiap jalur distribusi yang ada.

1.3 Manfaat

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa gambaran menyeluruh tentang sistem pemasaran udang rebon, termasuk ketimpangan distribusi nilai dan peran kelembagaan pelaku; menjadi dasar bagi perumusan kebijakan pemasaran hasil perikanan yang berkeadilan dan efisien; serta membantu nelayan dalam memahami struktur pasar dan memperkuat posisi tawar mereka dalam sistem rantai nilai.