

SKRIPSI

**PERAN PABBALOLANG SEBAGAI SALAH SATU KELEMBAGAAN
TATANIAGA HASIL PERIKANAN DI WILAYAH PESISIR SULAWESI
SELATAN
(STUDI KASUS DI TPI PAOTERE KOTA MAKASSAR)**

**HASRI LIYANI
L241 16 516**



**PROGRAM STUDI SOSIAL EKONOMI PERIKANAN
DEPARTEMEN PERIKANAN
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2021**

SKRIPSI

PERAN PABBALOLANG SEBAGAI SALAH SATU KELEMBAGAAN TATANIAGA HASIL PERIKANAN DI WILAYAH PESISIR SULAWESI SELATAN (STUDI KASUS DI TPI PAOTERE KOTA MAKASSAR)

**HASRI LIYANI
L241 16 516**

SKRIPSI

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada
Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan



**PROGRAM STUDI SOSIAL EKONOMI PERIKANAN
DEPARTEMEN PERIKANAN
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

PERAN PABBALOLANG SEBAGAI SALAH SATU KELEMBAGAAN TATANIAGA
HASIL PERIKANAN DI WILAYAH PESISIR SULAWESI SELATAN
(STUDI KASUS DI TPI PAOTERE KOTA MAKASSAR)

Disusun dan diajukan oleh:

HASRI LIYANI
L241 16 516

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan
Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Hasanuddin
Pada tanggal 09 Maret 2021
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

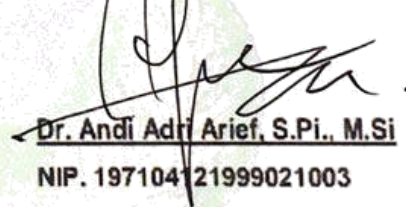
Menyetujui,

Pembimbing Utama



Dr. Abdul Wahid, S.Pi., M.Si
NIP. 197101122002121001

Pembimbing Pendamping



Dr. Andi Adri Arief, S.Pi., M.Si
NIP. 197104121999021003

Ketua Program Studi
Sosial Ekonomi Perikanan



Dr. Hamzah, S.Pi., M.Si
NIP. 197101262 2001121001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Nama : Hasri Liyani
NIM : L241 16 516
Program Studi : Sosial Ekonomi Perikanan
Fakultas : Ilmu Kelautan dan Perikanan

Menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul "**Peran Pabbalolang Sebagai Salah Satu Kelembagaan Tataniaga Hasil Perikanan di Wilayah Pesisir Sulawesi Selatan (Studi Kasus di TPI Paotere Kota Makassar)**" ini adalah karya penelitian saya sendirian bebas plagiat, serta tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik serta tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis digunakan sebagai acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber acuan serta daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam karya ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai kebutuhan peraturan perundang-undangan (Permendiknas No.17, Tahun 2007).

Makassar, 20 Februari 2021



NIM. L24116516

PERNYATAAN AUTHORSHIP

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hasri Liyani

v

NIM : L241 16 516

Program Stud : Sosial Ekonomi Perikanan

Fakultas : Ilmu Kelautan dan Perikanan

Menyatakan bahwa publikasi sebagian atau keseluruhan isi Skripsi pada jurnal atau forum ilmiah lain harus seizin dan menyertakan tim pembimbing sebagai author dan Universitas Hasanuddin sebagai institusinya. Apabila dalam waktu sekurang-kurangnya dua semester (satu tahun sejak pengesahan Skripsi) saya tidak melakukan publikasi dari sebagian atau keseluruhan Skripsi ini, maka pembimbing sebagai salah seorang dari penulis berhak mempublikasikannya pada jurnal ilmiah yang ditentukan kemudian, sepanjang nama mahasiswa tetap diikutkan.

Makassar, 20 Februari 2021

Mengetahui,
Ketua Prodi Sosial Ekonomi Perikanan (SEP)



Dr. Hamzah, S.Pi., M.Si.
NIP. 19710126 200112 1 001

Penulis



Hasri Liyani
NIM. L24116516

ABSTRAK

HASRI LIYANI. L241 16 516. “Peran Pabbalolang Sebagai Salah Satu Kelembagaan Tataniaga Hasil Perikanan di Wilayah Pesisir Sulawesi Selatan (Studi Kasus di TPI Paotere Kota Makassar)” dibimbing oleh **Abd. Wahid** sebagai Pembimbing Utama dan **A. Adri Arief** sebagai Pembimbing Anggota.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran pabbalolang sebagai salah satu mata rantai tataniaga hasil perikanan dan mengetahui hubungan pabbalolang dengan pedagang lainnya yang ada di TPI Paotere sehingga diharapkan mampu menambah pengetahuan mengenai pabbalolang dan dapat dijadikan referensi akademik. Penelitian ini dilaksanakan pada 14 Juli 2020 sampai 14 Agustus 2020 di TPI Paotere Kota Makassar. Metode pengambilan sampel adalah *snowball sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 20 orang. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan pengukuran peran pabbalolang menggunakan skala likerts. Interpretasi skor skala likerts untuk mengetahui peran pabbalolang bagi nelayan berada pada skor 87,5% atau sangat berperan. Hal tersebut terjadi karena nelayan menggantungkan kepercayaan kepada pabbalolang sebagai rantai pasar yang akan mempermudah nelayan dalam memasarkan hasil tangkapannya. Sedangkan hubungan sosial pabbalolang dengan pedagang lainnya terbagi menjadi 4 jenis hubungan yaitu kerja sama, akomodasi, persaingan dan konflik. Sejauh ini hubungan pabbalolang dengan pedagang lainnya sangat erat, karena mereka saling membutuhkan satu sama lain dalam memasarkan hasil tangkapan walupun terkadang konflik terjadi diantara mereka. Hal ini diharapkan mampu menjadi perhatian khusus pemerintah agar lebih memperhatikan rantai pasok hasil perikanan.

Kata Kunci: Pabbalolang, Tataniaga, Hasil Perikanan,

ABSTRACT

HASRI LIYANI L24116516. "Pabbalolang is one of the institutional fisheries produced in the coastal region of south sulawesi (Case Study at the State TPI Paotere of Makassar City)" was mentored by **Abd. Wahid** as the Primary Supervisor and **A. Adri Arief** as member advisers.

The study aims to learn the role of pabbalang as one of the fisheries' objective links in the paotere and learn of pabbalang's relationship with other merchants in the paotere market so that it is expected to be able to increase the knowledge of the pabbalang and become an academic reference. The study is carried out from July 14, 2020, to August 14, 2020. The method of sampling is a snowball sampling with 20 samples. The primary and secondary data sources. The data is analyzed using qualitative descriptive analyses and descriptive measurements of balolang USES its likerts scale. The likerts' scale score to play pabbalang for fishermen is at 87.5% or much more. This is because fishermen depended their trust in pabbalang asa market chain that would make it easier for fishermen to market their catch. Pabbalolang's social connections with other traders divide into four types of cooperation, accomodation, competition and conflict. Pabbalolang's relationship with the other traders is so far, since they need each other's.

Keywords: *Pabbalolang, Commerce, Results of Fishing*

KATA PENGANTAR

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, pemilik segala kesempurnaan, memiliki segala ilmu dan kekuatan yang tak terbatas, yang telah memberikan kami kekuatan, kesabaran, ketenangan, dan karunia selama ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Selawat dan salam turunkan kepada Rasulullah Nabi Muhammad SAW, Nabi pembawa cahaya ilmu pengetahuan yang terus berkembang hingga kita merasakan nikmatnya hidup zaman ini.

Skripsi ini disusun berdasarkan hasil penelitian mengenai **Peran Pabbalolang Sebagai Salah Satu KelembagaanTataniaga Hasil Perikanan di Wilayah Pesisir Sulawesi Selatan (Studi Kasus di TPI Paotere Kota Makassar)** yang merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Hasanuddin.

Pada penelitian ini, hambatan dan rintangan yang dihadapi merupakan proses yang menjadi kesan dan pendewasaan diri. Semua ini tentunya tidak lepas dengan adanya kemauan yang kuat dalam hati dan kedekatan kepada Allah SWT.

Melalui kesempatan yang baik ini penulis menyampaikan ucapan khusus kepada penyemangat, pembimbing dan penyempurna segala perilaku semasa hidupku, kedua orang tua tercinta ayahanda **M.Arif** dan Ibunda **Hasnawati** terimakasih telah menjadi orang tua yang sangat sabar dalam menghadapi semua keluh kesah penulis, serta telah memberikan dukungan, kasih sayang, perhatian dan doa yang tiada henti-hentinya bagi penulis terima kasih karena telah menjadi canda dan tawa, serta penguat bagi penulis, penulis tidak mampu melangkah sejauh ini tanpa bimbingan kedua orangtua tercinta. Untuk adikku **Kesti Rifani** beserta keluarga besarku yang senantiasa mendukung dan memberi semangat selama ini semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia Nya kepada keluarga kita. Amiin.

Terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya saya hantarkan kepada Bapak **Dr. Abdul Wahid, S.Pi., M. Si** selaku penasehat akademik, pembimbing ketua dan juga telah menjadi pengganti orang tua dalam memberikan nasihat, arahan, dukungan, dan memberikan bimbingan selama menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin. Juga kepada pembimbing anggota Bapak **Dr. Andi Adri Arief, S.Pi., M.Si** yang telah banyak meluangkan waktu dan tenaga dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berharga dari awal persiapan penelitian hingga selesainya penulisan skripsi ini.

Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Ibu Dr. St. Ir. Aisyah Fahrums, M. Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.
2. **Bapak Dr. Ir. Farid Samawi, M.Si** selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.
3. **Bapak Dr. Ir. Gunarto Latama, M.Sc** selaku Ketua Departemen Perikanan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.
4. **Bapak Dr. Hamzah, S.Pi., M.Si** selaku Ketua Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan Departemen Perikanan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.
5. **Ibu Dr. Mardiana E Fachry M.Si. dan Bapak Dr. Andi Amri S.Pi, M.Sc** selaku penguji yang telah memberikan pengetahuan baru dan masukan saran dan kritik yang sangat membangun.
6. **Dosen dan Staf Dosen** Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Hasanuddin.
7. **Seluruh Staf Administrasi FIKP** yang selalu membantu dalam urusan administrasi selama penyusunan skripsi ini.

Ucapan terima kasih dan limpahan kasih sayang melalui skripsi ini penulis sampaikan kepada mereka yang telah berperan serta dalam proses penelitian, penulisan hingga penyelesaian skripsi ini.

1. **Asmawati Hajar, Hajriani Salpidata, Devi Aprilia, Rika Rahayu, Ridwan Daini, Bagas, Fitriani, dan Alfani amirullah** terimakasih atas kesan terakhirnya selama bergelut dengan masa-masa perskripsian.
2. **Darmawansyah dan dias reza** teman seperjuangan saya dalam mengurus segala urusan di kampus
3. Sahabat-sahabat F16URE (Sosial Ekonomi Perikanan Angkatan 2016) **Asmawati Hajar, Hajriani Salpidata, Ridwan Daini, Devi Aprilia, St. Marlian, Alfani Amirullah, Rismawati, Bagas, Fitriani, Nurlatifah Amu, Afarni Mulia, Nurul Ainun, Nuramalia Hasman, Azisah Azzahra, Muh. Ihsan, Trikartika Subair, Rosnani Samad, Muh. Ilham, Agussalim AlFath, lis Inayah, Kadek Mudiayana, Disty Dwi, Rezki Inta, Haslinda Melani, Fitriana, Tami Azzahra, Regita Saskia, Andi Nurul Khasanah, Nur Fiqhi Islamiyah, Suriyanti, Nur Basyasya, Dias Reza, Darmawansyah, Syuhardiman, Fedri Dwiyanto, Febriza, Mega Aulia, Reski Amalia, Rifkah Zhafirah, Yuswandi Yusuf, Asmiana, Waode Siti Adawiah, Riski Ayu, Ayub Khan, A Nur Indah, & Nur Afni Rustan** terimakasih

atas bantuan, semangat, kebersamaan suka cita dan pengalaman yang sangat luar biasa selama penulis menempuh pendidikan..

4. **Rismawati, Asmiana, dan Tri Kartika Subair** yang telah memberikan semangat dan bantuannya selama ini.
5. **Kakanda Afryan Maris, Arya Anugrah, Andi Lomo, Mustakim** terimakasih atas bantuan dan semangat yang diberikan selama menempuh pendidikan.
6. **Hajrah, Saharia, Nurul** Terimakasih Teman sekampung saya yang selalu membeikan supot

Akhirnya penulis mengucapkan banyak terima kasih dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan terutama kepada penulis.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, 20 Januari 2021

Hasri Liyani

RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Kuala Enok pada Tanggal 18 September 1998. Penulis merupakan anak pertama dari 2 bersaudara dari pasangan Ayah M.Arifai dan Ibu Hasnawati. Penulis menempuh pendidikan dimulai dari TK Pertiwi IV Kuala Enok pada tahun 2003 dan lulus pada tahun 2004. Kemudian melanjutkan sekolah di MI YPI 01 Kuala Enok dan lulus pada tahun 2010 pada saat menempuh pendidikan di MI YPI sering mewakili sekolah ke berbagai olimpiade dan perlombaan akademik lainnya, kemudian melanjutkan pendidikan ke SMP Negeri 1 Tanah Merah pada tahun 2010 dan lulus pada tahun 2013. Kemudian melanjutkan pendidikan ke SMA Negeri 1 Tanah Merah pada tahun 2013, Pada saat SMA aktif mengikuti berbagai organisasi kesiswaan yaitu sebagai anggota Palang Merah Indonesia, dan juga sebagai anggota drumband. Pada tahun 2014 penulis pindah ke Sulawesi Selatan karena mengikuti ke Orang Tua penulis pindah ke SMA Negeri 1 Marioriwawa kabupaten soppeng, kemudian lulus pada tahun 2016 dan melanjutkan pendidikan pada Universitas Hasanuddin Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan melalui jalur MANDIRI dan diterima sebagai salah satu mahasiswa penerima beasiswa BCA Pada tahun 2018 dan juga beasiswa PPA Pada tahun 2019.

Sebagai seorang mahasiswa penulis aktif di organisasi Kemahasiswaan, salah satunya pernah menjabat sebagai Anggota Devisi Pada Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Perikanan pada tahun 2019/2020. Kemudian menjadi Stering Coomite pada kegiatan Triple Coastal pada tahun 2018 di pulau sanane. Selain itu dalam bidang akademik penulis juga aktif sebagai asisten di berbagai mata kuliah yaitu sebagai Asisten Praktik Lapangan Sosiologi Masyarakat Pesisir dan Kepulauan tahun 2018 dan Koperasi Perikanan Tahun 2019, dan juga sebagai asisten matakuliah ekowisata Bahari pada tahun 2019. Penulis melaksanakan melakukan penelitian di Kota Makassar tepatnya di TPI Paoteree dengan mengangkat judul Pabbalolang Sebagai Salah Satu Kelembagaan Tataniaga Hasil Perikanan Di Perairan Slawesi Selatan (Studi Kasus TPI Poatere).

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iv
PERNYATAAN AUTORSHIP	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
RIWAYAT HIDUP	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	3
II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Nelayan	4
B. Punggawa Dan Papalele.....	5
C. Tata Niaga	7
D. Lembaga Pemasaran	8
E. Saluran Pemasaran	9
F. Tempat Pelelangan Ikan (TPI)	10
G. Jaringan Sosial	11
H. Interaksi Sosial	13
I. Hubungan Sosial	14
J. Karangka Pikir.....	19
III. METODOLOGI PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	21
B. Jenis Penelitian.....	21
C. Teknik Pengambilan Sampel	21
D. Teknik Pengumpulan Data	21

E. Jenis dan Sumber Data	23
F. Analisis Data	23
G. Konsep Operasional	25
IV. HASIL PENELITIAN	
A. Keadaan Umum PPI Paotere	27
B. Karakteristik Umum Informan	34
C. Peran <i>Pabbalolang</i> dalam Kelembagaan Tataniaga.....	36
D. Hubungan Sosial <i>Pabbalolang</i> dengan Lainnya	42
V. PEMBAHASAN	
A. Peran <i>Pabbalolang</i> dalam Kelembagaan Hasil Perikanan	53
B. Hubungan Sosial <i>Pabbalolang</i> dengan Lainnya	57
1. Kerjasama	57
2. Konflik	60
3. Persaingan.....	61
4. Akomodasi.....	62
VI. SIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Kriteria Peran <i>Pabbalolang</i> dalam Tataniaga Hasil Perikanan Nelayan	24
Tabel 2	Fasilitas-fasilitas di PPI Paoter Makassar	29
Tabel 3	Fasilitas Pokok Paotere.....	30
Tabel 4	Fasilitas Fungsional PPI Paotere	31
Tabel 5	Fasilitas Penunjang PPI Paotere.....	33
Tabel 6	Karakteristik Informan Berdasarkan Tingkat Umur	34
Tabel 7	Karakteristik Informan Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	35
Tabel 8	Karakteristik Informan Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga..	36
Tabel 9	Matriks Peranan <i>Pabbalolang</i>	37
Tabel 10	Matriks Hubungan Sosial	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Kerangka Pikir Penelitian.....	19
Gambar 2	Struktur Organisasi UPTD PPI Paotere.....	28
Gambar 3	Skema Peranan <i>Pabbalolang</i> dalam menjaga stabilitas penghasilan nelayan.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Data umum Responden	69
Lampiran 2	Kuisoner Penelitian	70
Lampiran 3	Foto Bersama Responden	75

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perikanan menurut UU Nomor 45 tahun 2009 adalah semua kegiatan yang berhubungan dengan pengelolaan dan pemanfaatan sumberdaya ikan dan lingkungan mulai dari praproduksi, produksi, pengolahan, sampai dengan pemasaran yang dilaksanakan dalam suatu bisnis perikanan. Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan yang memiliki sumberdaya perikanan yang sangat besar hal tersebut dibuktikan dengan Indonesia sebagai negara kepulauan dengan pulau sebanyak 17.504 buah pulau. Berlimpahnya sumberdaya perikanan yang dimiliki Indonesia dibuktikan dengan nilai ekspor perikanan yang mencapai 73 ribu ton pada tahun 2019 dengan peningkatan 10,8% dibanding tahun sebelumnya (KKP, 2019).

Berlimpahnya pemanfaatan sumberdaya perikanan tak lepas dari peran serta para pelaku perikanan baik pemerintah, pedagang ataupun para nelayan. Nelayan menurut Siregar (2016) adalah masyarakat yang memiliki mata pencaharian sebagai penangkap ikan. Mereka pada umumnya tinggal di pinggir pantai, sebuah pemukiman yang dekat dengan lokasi kegiatannya. Dalam memasarkan hasil tangkapannya nelayan menggunakan beberapa alternative, ada yang memasarkan langsung namun ada pula yang melalui rantai pemasaran yang sangat kompleks.

Menurut Philip Kotler dan Armstrong dalam Priangani (2013) pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Rantai pemasaran menurut Kotler (2001) dalam Basri (2014) merupakan suatu proses sosial dan melalui proses itu individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lain. Salah satu komponen dalam rantai pemasaran adalah lembaga pemasaran. Sabang dkk (2011) mengatakan bahwa lembaga pemasaran merupakan badan usaha atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyelurkan komoditi dari produsen ke konsumen akhir serta mempunyai hubungan satu sama lain dengan lembaga lainnya yang disebut rantai pemasaran. Dalam rantai pemasaran hasil perikanan tersebut salah satu Lembaga yang paling sering terlibat adalah adalah individu atau kelompok yang terlibat dalam rantai pemasaran hasil pengumpul. Pengumpul perikanan dengan menjadi tempat pengumpulan hasil perikanan dari berbagai nelayan kemudian menjualnya Kembali dengan harga yang lebih tinggi untuk memperoleh keuntungan.

Pada masyarakat pesisir Sulawesi Selatan, khususnya di Kota Makassar di kenal istilah *Pabbalolang* dalam rantai pemasaran hasil perikanan dimana *Pabbalolang* ini menurut Coremap dan DFW Indonesia tahun 2003 adalah sebutan untuk anggota

nelayan (khususnya nelayan dagang atau yang bertugas mengangkut ikan dengan perahu motor, jolloro, dari lokasi penangkapan ke lokasi penjualan). *Pabbalolang* merupakan mereka yang dianggap mempermudah tugas para nelayan tangkap dalam hal pemasaran, sebab *Pabbalolang* inilah yang berfungsi sebagai orang yang memasarkan hasil tangkapan dalam setiap kelompok nelayan. *Pabbalolang* dianggap memiliki hubungan yang baik dengan para konsumen itulah sebabnya mengapa orang-orang yang menjadi *Pabbalolang* itu adalah mereka yang memiliki hubungan dengan banyak konsumen. Dalam melakukan pemasaran hasil perikanan biasanya *Pabbalolang* membawa hasil tangkapan dari para nelayan ke TPI (tempat pelelangan ikan) untuk dijual.

Tempat Pelelangan Ikan (TPI) merupakan salah satu elemen mata rantai sistem logistik produk ikan laut tangkap. TPI memegang peran cukup penting dalam kegiatan perikanan tangkap karena merupakan fasilitas yang mempertemukan pelaku penangkapan ikan laut dengan para pedagang lapis pertama, yang mampu mendorong dinamika perekonomian wilayah pesisir (Hertanto et al, 2013). TPI biasanya terletak di dalam pelabuhan/pangkalan pendaratan ikan. Transaksi penjualan ikandilakukan baik secara lelang maupun tidak. Keberadaan TPI sesungguhnya dimaksudkan untuk memberikan penguatan pada posisi tawar nelayan sebagai produsen ikan tangkap. Namun dalam perkembangannya kondisi ideal tersebut seringkali belum bisa tercapai sebagai akibat dari berbagai kendala budaya, teknis, maupun ekonomis. Manajemen penangkapan yang masih tergolong tradisional, sistem bagi hasil antara awak kapal dan pemilik, kebutuhan ekonomi jangka pendek yang mendesak, serta kebiasaan bertransaksi langsung, merupakan faktor-faktor yang memicu terjadinya penyimpangan proses lelang di TPI. Fluktuasi hasil tangkapan dalam jumlah dan kualitas juga berperan signifikan dalam penyimpangan proses lelang. Salah satu TPI yang menjadi tempat bagi *Pabbalolang* dalam memasarkan hasil tangkapan dari para nelayan adalah TPI Paotere yang berada di Kota Makassar.

Sehubungan dengan hal tersebut maka penulis melakukan penelitian yang berkaitan dengan **“Peran *Pabbalolang* Sebagai Salah Satu Kelembagaan Tata Niaga Hasil Perikanan Di Wilayah Pesisir Sulawesi Selatan (Studi Kasus Di TPI Paotere Kota Makassar)”**

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah berdasarkan latar belakang diatas adalah:

1. Bagaimana *Pabbalolang* Berperan Sebagai Salah Satu Mata Rantai Tata Niaga Hasil Perikanan Di Paotere Kota Makassar ?

2. Bagaimana Hubungan *Pabbalolang* dengan pedagang lainnya yang ada di TPI Paotere Kota Makassar ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk Mengetahui peran pabbalolang sebagai salah satu mata rantai tata niaga hasil perikanan di paotere?
2. Untuk Mengetahui Hubungan pabbalolang dengan pedagang lainnya yang ada di Paotere

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah

1. Untuk Kepentingan Penulis; adalah dapat menambah pengetahuan mengenai *Pabbalolang* Sebagai Salah Satu Kelembagaan Tata Niaga Hasil Perikanan
2. Untuk kepentingan Akademik; Adalah Di harapkan agar dapat di gunakan sebagai bahan informasi dan referensi studi.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Nelayan

Nelayan adalah orang atau individu yang aktif dalam melakukan penangkapan ikan dan binatang air lainnya. Tingkat kesejahteraan nelayan sangat ditentukan oleh hasil tangkapannya seiring dengan banyaknya tangkapan maka akan terlihat juga besarnya pendapatan yang diterima oleh nelayan yang nantinya dipergunakan oleh nelayan yang dipergunakan untuk konsumsi keluarga sangat ditentukan oleh pendapatan yang diterima. Menurut Departemen Kelautan dan Perikanan, nelayan adalah orang yang turut mengambil bagian dalam penangkapan ikan dari suatu kapal penangkap ikan, baik dari anjungan (alat menetap atau alatapung lainnya) maupun dari pantai (Abdul Manap, 2018).

Nelayan merupakan suatu masyarakat yang bermukim di wilayah pesisir dengan mata pencaharian utamanya adalah mengelola dan memanfaatkan sumberdaya alam yang terdapat di perairan pesisir dan laut, baik berupa ikan, udang, rumput laut, terumbu karang dan biota laut lainnya. Masyarakat nelayan memiliki karakteristik khusus yang membedakan nelayan dari masyarakat lain, yaitu karakteristik yang terbentuk dari kehidupan di laut yang sangat keras dan penuh dengan resiko, terutama resiko yang berasal dari faktor alam berupa cuaca. Hal ini menyebabkan tingkat produktivitas usaha yang dijalankan sangatlah berfluktuasi dengan tingkat ketidakpastian hasil produksi yang sangat tinggi. Nelayan mempunyai peran yang sangat substansial dalam memajukan kehidupan manusia, khususnya dalam hal pemenuhan sumberdaya perikanan oleh segenap lapisan masyarakat dalam upaya peningkatan asupan protein hewani. Namun faktanya tingkat kesejahteraan nelayan relatif tertinggal dibandingkan dengan pelaku ekonomi pada sektor lain. Ini menunjukkan bahwa sektor ini memerlukan uluran/campur tangan pemegang kebijakan baik dalam bentuk fasilitas ekonomi maupun regulasi sehingga nelayan dapat terus melakukan kegiatan usahanya dan dapat memberikan kesejahteraan bagi keluarganya. Berdasarkan aspek ekonomi, nelayan berperan penting dalam meningkatkan komoditi ekspor nasional di bidang sumberdaya alam terbarukan (*renewable resources*), dikarenakan sifat sumberdaya perikanan yang dapat diproduksi dalam jangka waktu yang relatif singkat dibandingkan sumberdaya alam kehutanan, tambang dan migas. Masyarakat nelayan termasuk *agent of development* yang paling reaktif terhadap perubahan lingkungan.

Nelayan adalah istilah bagi orang-orang yang sehari-harinya bekerja menangkap ikan atau biota lainnya yang hidup di dasar, kolom maupun permukaan Perairan. Perairan yang menjadi daerah aktivitas nelayan ini dapat merupakan perairan tawar, payau maupun laut. Di negara-negara berkembang seperti di Asia Tenggara atau di

Afrika, masih banyak nelayan yang menggunakan peralatan yang sederhana dalam menangkap ikan. Nelayan di negara-negara maju biasanya menggunakan peralatan modern dan kapal yang besar yang dilengkapi teknologi canggih (Kusnadi, 2000).

Nelayan dalam Ensiklopedia Indonesia dinyatakan sebagai orang yang secara aktif melakukan penangkapan ikan, baik secara langsung maupun tidak langsung sebagai mata pencaharian. Menurut Muhammad Khalil Mansyur dalam sebuah literatur karya Wulandari (2016), mengartikan nelayan dengan artian yang lebih luas lagi, yaitu masyarakat nelayan bukan berarti mereka yang mengatur hidupnya hanya mencari ikan di laut untuk menghidupi keluarganya akan tetapi juga orang-orang yang interal dalam lingkungan tersebut, artinya orang yang hidup dalam lingkungan keluarga nelayan secara garis keturunan dan tempat tinggal dapat dikatakan sebagai bagian dari nelayan tersebut. Nelayan atau kelompok nelayan sesuai UU No.9 tahun 195 adalah perorangan atau badan hukum yang melakukan usaha perikanan yang mencakup, menangkap, membudidayakan, mendinginkan, atau mengawetkan ikan dengan tujuan komersial. Tujuan komersial tersebut dapat berupa aktivitas perdagangan melalui PPI dalam rangka meningkatkan taraf ekonomi masyarakat nelayan tersebut. Menurut Mukhtar dalam literatur karya Wulandari (2016), klasifikasi nelayan berdasarkan kelompok kerja ada 3, yaitu:

- 1) Nelayan perorangan, merupakan nelayan yang memiliki peralatan tangkap ikan sendiri, dalam pengoperasiannya tidak melibatkan orang lain.
- 2) Nelayan Kelompok Usaha Bersama (KUB), merupakan gabungan dari minimal 10 nelayan yang kegiatan usahanya terorganisir dan tergabung dalam kelompok usaha bersama non-badan hukum.
- 3) Nelayan perusahaan, merupakan nelayan pekerja atau pelaut perikanan yang terkait dengan perjanjian kerja dan tergabung dalam kelompok usaha perikanan. Nelayan di PPI Paotere terdiri dari nelayan tangkap terdiri dari nelayan tangkap, nelayan pengumpul, dan nelayan luar daerah. Nelayan tangkap merupakan nelayan yang melakukan aktivitas penangkapan ikan secara langsung di laut.

Adapun nelayan luar daerah merupakan nelayan yang berasal dari luar kota Makassar yang mendaratkan hasil tangkapannya di PPI Paotere, baik itu hasil perikanan laut maupun perikanan darat (Arbi, 2013).

B. Punggawa Dan Papalele

Pinggawa atau Juragan, memiliki peran sebagai pemimpin dalam pelayaran dan berbagai aktifitas peralatan produksi, merekrut *sawi* yang akan membantunya selama berproduksi, atas persetujuan papalele selaku pemilik modal. Juragan atau pinggawa dipilih oleh pappalele karena memiliki pengalaman yang cukup lama pada operasi

penangkapan dan memiliki pengetahuan tentang kelautan serta terampil dalam penggunaan alat tangkap. Karena berhasil tidaknya dalam operasi produksi ikan sangat tergantung dari pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki pinggawa. Sebagai pimpinan dalam berproduksi, maka pinggawa memiliki tanggung jawab dan kepercayaan penuh yang diberikan pinggawa/papalele kepadanya, selain menggunakan biaya operasional secara efisien dan efektif juga mampu menggerakkan sawi-sawinya dalam berproduksi, dan berperan sebagai pemimpin operasional penangkapan ikan di laut.

Papalele, merupakan status yang diperoleh karena memodali usaha penangkapan ikan, yaitu menyediakan biaya operasional, memimpin dan mengorganisasikan kelompok, melakukan perekrutan anggota kelompok, pembagian hasil, pemberian pinjaman kepada pinggawa dan para sawi dalam bentuk uang, atau bahan sebagai biaya hidup, selama dalam operasi penangkapan ikan. Biasanya papalele menanggung biaya hidup keluarga anak dan isteri dari pinggawa dan sawi selama mereka melaut. Sebagai pemilik modal maka seorang papalele akan senantiasa mengharapkan modal yang diusahakan akan memberi hasil yang maksimal oleh sebab itu dibutuhkan tenaga-tenaga kerja yang profesional dalam menjalankan usahanya (Maudya Israh, 2020).

Harga ikan di pasaran juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pendapatan para nelayan tangkap. Walaupun memiliki TPI. Namun pada umumnya pemasaran dilakukan secara langsung melalui *papalele* (pedagang ikan). Beberapa nelayan menyebutkan bahwa sistem TPI dinilai merugikan nelayan dimana TPI hanya memilih ikan-ikan yang bagus saja untuk dibeli. Belum lagi sistem pembayaran yang tidak langsung. Harga sering kali ditentukan oleh kondisi harga ikan di Makassar sehingga akan dibayarkan ke nelayan ketika sudah ada gambaran harga pedagang yang akan mengambil ikan dari Makassar. Oleh karena itu banyak nelayan kecil yang menjual hasil tangkapannya hanya ke *papalele* atau dijual langsung kepada industri-industri kecil pengolahan ikan.

Namun satuan berat bagi perdagangan ikan (*papalele*) biasa menggunakan satuan kilogram, ikat dan tusuk. Satu tusuk ikan bisa terdiri dari beberapa ekor ikan tergantung ukuran ikan. Untuk ikan ukuran besar, satu tusuk berisi sekitar dua ekor ikan dan untuk ikan ukuran kecil, satu tusuk berisi sekitar 6-8 ekor ikan. Jika dikonversi ke dalam satuan kilogram, satu tusuk ikan kira-kira seberat 1 hingga 1,5 kg (Deshinta, 2019).

C. Tata Niaga

Tataniaga merupakan kegiatan dalam penciptaan dan penambahan kegunaan dari barang atau jasa yang ditunjukkan dengan serangkaian kegiatan dalam pemindahan barang atau jasa dari produsen beserta mata rantai salurannya hingga ke konsumen. Pada tataniaga utamanya adalah produk perikanan agar berjalan dengan baik, perlu adanya nilai efektivitas dalam hal ini lebih menekankan pada hasil yang dicapai. Dikatakan efektif maka dalam tata niaga yang mudah rusak maka perlu adanya parameter diantaranya mutu, biaya operasional dan waktu (Novita, 2015).

Saluran pemasaran adalah cara atau sistem untuk menyampaikan produk yang dihasilkan oleh produsen kepada konsumen. Dalam saluran pemasaran terdapat lembaga-lembaga pemasaran seperti produsen (petani), pedagang pengumpul, pedagang antar kota dan sebagainya. Lembaga pemasaran (tataniaga) adalah badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi pemasaran dengan mana barang-barang bergerak dari pihak produsen sampai pihak konsumen. Kedalam istilah lembaga pemasaran ini termasuk golongan produsen, pedagang perantara dan lembaga pemberi jasa (Zuriat, 2017).

Secara makro, pelabuhan perikanan dapat berfungsi sebagai pembuka akses bagi distribusi dan perdagangan komoditas perikanan dari suatu wilayah tertentu. Peran ini semakin terlihat terutama pada daerah-daerah yang belum berkembang yang dicirikan dengan kondisi infrastruktur transportasi yang minim. Pada kondisi ideal, mekanisme pemasaran yang terjadi adalah setelah ikan didaratkan di dermaga adalah ikan langsung ditangani oleh ABK kapal tersebut maupun TKBM (Tenaga Kerja Bongkar Muat) dari kapal tersebut. Selama proses pembongkaran, ikan disortir menurut jenis, ukuran dan mutu. Setelah itu kemudian dilakukan proses penimbangan di lapak masing-masing atau di depan gedung TPI. Proses penimbangan ada yang benar-benar menggunakan timbangan atau hanya dikira-kira saja. Apabila ikan hasil tangkapan telah terjual kepada bakul, maka bakul membayar uang retribusi kepada TPI setelah proses penimbangan selesai.

Selain itu, pelabuhan perikanan dapat menciptakan mekanisme pasar yang memungkinkan semua pihak yaitu nelayan sebagai penjual ikan dan bakul sebagai pembeli ikan mendapatkan harga yang layak. Mekanisme ini dimungkinkan karena perdagangan ikan di pelabuhan dilakukan dengan menggunakan sistem lelang, Pelayanan yang diberikan pelabuhan pada aktifitas distribusi dan pemasaran ini di antaranya adalah penyediaan Tempat Pelelangan Ikan, tempat parkir dan lain-lain.

D. Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan aktivitas pemasaran, menyalurkan jasa dan produk perikanan kepada konsumen akhir serta memiliki jejaring dan koneksitas dengan badan usaha dan atau individu lainnya (Devi, 2011).

Lembaga pemasaran muncul sebagai akibat kebutuhan konsumen untuk memperoleh produk yang diinginkan sesuai waktu, tempat dan bentuknya. Peran lembaga pemasaran adalah melakukan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara maksimal. Konsumen memberikan balas jasa atas fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga konsumen. Nilai balas jasa tersebut tercermin pada besarnya margin pemasaran. Umumnya lembaga pemasaran dapat digolongkan menurut penguasaannya terhadap komoditi yang dipasarkan dan fungsi pemasaran yang dilakukan. Berdasarkan penguasaannya terhadap komoditi yang diperjualbelikan lembaga pemasaran dibedakan menjadi tiga kelompok yaitu (Devi, 2011):

1. Lembaga pemasaran yang bukan pemilik namun mempunyai kuasa atas produk (*agent middleman*), di antaranya: (1) perantara, makelar, atau *broker* baik *selling broker* maupun *buying broker*. *Broker* merupakan pedagang perantara yang tidak secara aktif berpartisipasi dalam melakukan fungsi pemasaran, mereka hanya berperan menghubungkan pihak-pihak yang bertransaksi. Bila transaksi berhasil dilaksanakan, *broker* akan memperoleh komisi atas jasa mereka; (2) *commission agent*, yaitu pedagang perantara yang secara aktif turut serta dalam pelaksanaan fungsi pemasaran terutama yang berkaitan dengan proses seleksi produk, penimbangan dan grading. Umumnya mereka memperoleh komisi dari perbedaan harga produk
2. Lembaga pemasaran yang memiliki dan menguasai produk pertanian yang diperjualbelikan, antara lain: (1) pedagang pengepul atau pengumpul, penebas, tengkulak atau *contract buyer, whole seller*: mereka umumnya menaksir total nilai produk pertanian dengan cara menaksir jumlah hasil panen dikalikan dengan harga yang diharapkan pada saat panen (*expectation price*). Dalam praktek *on farm* bila *contract buyer* adalah penebas atau ijon maka setelah ada kesepakatan harga, mereka akan bertanggung jawab memelihara tanaman sampai panen selesai dilakukan. Biaya panen dibayar oleh penebas; (2) *Grain millers* : pedagang atau lembaga pemasaran yang memiliki gudang penyimpanan produk pertanian. Mereka membeli aneka produk pertanian utamanya padi dan palawija dan sekaligus menangani pasca panen; (3) eksporter dan importer

3. Lembaga pemasaran yang tidak memiliki dan tidak menguasai produk pertanian yang ditransaksikan: (1) *Processors* dan manufaktur: lembaga-lembaga ini sangat berperan dalam proses tata niaga agroproduk sebab keberadaannya menjadi jaminan pasar bagi produk pertanian. (2) *Facilitative organizations*: salah satu bentuk organisasi fasilitatif yang sudah dikenal di Indonesia adalah pasar lelang ikan. Sub Terminal Agribisnis, walaupun belum sepenuhnya berjalan dengan baik sudah menawarkan alternatif transaksi berbagai produk melalui lelang; (3) *Trade associations*: asosiasi perdagangan agroproduk yang terutama bertujuan untuk mengumpulkan, mengevaluasi, dan mendistribusikan informasi pada anggotanya. Contoh asosiasi dagang semacam ini adalah AEKI (Asosiasi Ekspor Kopi Indonesia) dan ICO (international Coffe Agreement).

Menurut Sudiyono (2002), lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran dapat diidentifikasi sebagai berikut (Sumarwan, 2009) :

1. Pedagang pengumpul, lembaga yang membeli komoditi dari tengkulak.
2. Pedagang besar, lembaga yang melakukan proses konsentrasi (pengumpulan) komoditi dari pedagang-pedagang pengumpul, melakukan distribusi ke agen penjualan atau pengecer.
3. Agen penjualan, lembaga yang membeli komoditi yang dimiliki pedagang dalam jumlah banyak dengan harga yang relative murah dibanding pengecer.
4. Pengecer, lembaga yang berhadapan langsung dengan konsumen.

Tugas lembaga pemasaran ini adalah menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin. Konsumen memberikan balas jasa kepada pemasaran ini berupa margin pemasaran (Devi, 2011).

E. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran adalah rute yang dilalui oleh produk pertanian ketika produk bergerak dari *farm gate* yaitu petani produsen ke pengguna atau pemakai terakhir. Produk pertanian yang berbeda akan mengikuti saluran pemasaran yang berbeda pula. Umumnya saluran pemasaran terdiri atas sejumlah lembaga pemasaran dan pelaku pendukung. Mereka secara bersama-sama mengirim dan memindahkan hak kepemilikan atas produk dari tempat produksi hingga ke penjual terakhir (Musselman dan Jackson, 1992). C. Glenn Walters mendefinisikan saluran pemasaran sebagai sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan nama dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu. Panjang pendeknya saluran pemasaran tergantung antara lain pada faktor-faktor sebagai berikut (Hanifie, 2010):

1. Jarak antara produsen ke konsumen
2. Cepat tidaknya produk yang ditransaksikan rusak
3. Skala produksi
4. Posisi keuangan lembaga pemasaran yang terlibat

Produsen sering menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya pada *wholesaler* yang kemudian menjualnya pada pengecer kecil. Saluran pemasaran barang konsumsi umumnya ada lima saluran yaitu (Nurhamida, 2014):

- a. Produsen – Konsumen Saluran terpendek, saluran paling sederhana untuk distribusi barang-barang konsumen tanpa melalui atau melibatkan perantara.
- b. Produsen – Pengecer – Konsumen Dalam saluran ini produsen menjual pada pengecer dalam jumlah yang besar, tanpa menggunakan perantara.
- c. Produsen – Wholesaler (Pedagang Besar) – Pengecer – Konsumen Saluran ini banyak digunakan oleh produsen dan sering disebut distribusi tradisional. Di sini produsen hanya melayani pembelian dalam jumlah yang besar saja dan tidak menjual pada pengecer. Pembelian pengecer dilayani wholesaler dan pembelian konsumen dilayani pengecer.
- d. Produsen – Agen – Pengecer – Konsumen. Banyak produsen lebih suka menggunakan *manufacturer* agen broker atau perantara agen yang lain daripada menggunakan wholesaler untuk mencapai pasar pengecer, khususnya *middleman* agen antara produsen dan *retailer* (pengecer).

Produsen – Agen – Wholesaler (Pedagang Besar) – Pengecer – Konsumen

F. Tempat Pelelangan Ikan (TPI)

Pelabuhan perikanan merupakan prasarana yang mendukung peningkatan pendapatan nelayan juga sekaligus mendorong investasi di bidang perikanan. Selanjutnya dapat ditarik kesimpulan bahwa pelabuhan perikanan merupakan pusat pengembangan ekonomi perikanan ditinjau dari aspek produksi, pengolahan dan pemasaran, baik berskala lokal, nasional, maupun internasional. Pengembangan ekonomi perikanan tersebut hendaknya ditunjang oleh industri perikanan baik hulu maupun hilir dan pengembangan sumber daya manusia khususnya masyarakat nelayan (Lubis, 2006).

Menurut Lubis (2006), mengemukakan bahwa pelabuhan perikanan adalah suatu wilayah perpaduan antara wilayah daratan dan lautan yang dipergunakan sebagai pangkalan kegiatan penangkapan ikan dan dilengkapi dengan berbagai fasilitas sejak ikan didaratkan sampai ikan didistribusikan, serta berfungsi untuk berlabuh dan

bertambahnya kapal yang hendak bongkar muat hasil tangkapan ikan atau mengisi bahan perbekalan melaut.

Pelabuhan perikanan merupakan pusat pemasaran hasil tangkapan, dimana peran dan sarananya sangat penting dalam perekonomian suatu pelabuhan yaitu mulai dari pendaratan sampai dengan pemasaran hasil tangkapan (Lubis 2011). Fungsi pelabuhan perikanan dalam pemasaran hasil tangkapan mencakup ketersediaan fasilitas, pelayanan dan ketersediaan sistem informasi. Ketiga indikator ini sangat penting dalam suatu pelabuhan perikanan.

Komoditi perikanan berfluktuasi menurut jumlah produksi dan harga. Fluktuasi produksi disebabkan hasil tangkapan yang tergantung pada musim, sedangkan fluktuasi harga diakibatkan oleh pergeseran permintaan dan penawaran ikan segar. Harga ikan segar hasil tangkapan akan menentukan perilaku pasar usaha tersebut. Apabila produksi harga rendah, maka pemasaran harus baik dan efisien (Yulianto et al., 2013).

Pelabuhan perikanan merupakan prasarana yang mendukung peningkatan pendapatan nelayan juga sekaligus mendorong investasi di bidang perikanan. Selanjutnya dapat ditarik kesimpulan bahwa pelabuhan perikanan merupakan pusat pengembangan ekonomi perikanan ditinjau dari aspek produksi, pengolahan dan pemasaran, baik berskala lokal, nasional, maupun internasional. Pengembangan ekonomi perikanan tersebut hendaknya ditunjang oleh industri perikanan baik hulu maupun hilir dan pengembangan sumber daya manusia khususnya masyarakat nelayan (Lubis, 2006).

G. Jaringan Sosial

Jaringan sosial merupakan salah satu strategi adaptasi yang dilakukan nelayan. Fungsi dari jaringan sosial tersebut, yaitu bukan hanya sebatas hubungan sosial, tetapi juga terdapat motif-motif ekonomi di dalamnya. Pilihan nelayan dalam berjejaring merupakan tindakan yang bersifat rasional. Tindakan rasional sendiri terdiri dari beberapa tipe. Menurut pandangan Weber, terdapat empat tipe tindakan rasional, yaitu tindakan rasional instrumental/praktik, tindakan rasional teoritis, tindakan rasional substantif, dan tindakan rasional formal.

Jaringan sosial dapat diartikan menurut michell yaitu sebuah perangkat khusus atau spesifik yang terbentuk antara kelompok dan perorangan (Kusnadi, 2002). Bagi masyarakat nelayan, jaringan sosial merupakan salah satu potensi budaya yang dapat dimanfaatkan secara kreatif untuk menyikapi tekanan ekonomi. Kendati pun demikian, harus diakui bahwa pemanfaatan fungsi jaringan sosial masih bersifat karitatif, bukan merupakan solusi substansial untuk mengatasi berbagai kesulitan sosial-ekonomi

rumah tangga nelayan secara mendasar. Hal ini dikarenakan, faktor-faktor penyebab kesulitan memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari atau kemiskinan di kalangan masyarakat nelayan sangat kompleks.

Jaringan sosial merupakan salah satu dimensi kapital sosial selain kepercayaan dan norma. Konsep jaringan dalam kapital sosial lebih memfokuskan pada aspek ikatan antar simpul yang bisa berupa orang atau kelompok (organisasi). Dalam hal ini terdapat pengertian adanya hubungan sosial yang diikat oleh adanya kepercayaan yang mana kepercayaan itu dipertahankan dan dijaga oleh norma-norma yang ada. Pada konsep jaringan ini, terdapat unsur kerja, yang melalui media hubungan sosial menjadi kerja sama. Pada dasarnya jaringan sosial terbentuk karena adanya rasa saling tahu, saling menginformasikan, saling mengingatkan, dan saling membantu dalam melaksanakan ataupun mengatasi sesuatu. Intinya, konsep jaringan dalam kapital sosial menunjuk pada semua hubungan dengan orang atau kelompok lain yang memungkinkan kegiatan dapat berjalan secara efisien dan efektif (Lawang, 2005). Selanjutnya, jaringan itu sendiri dapat terbentuk dari hubungan antar personal, antar individu dengan institusi, serta jaringan antar institusi.

Sementara jaringan sosial (networks) merupakan dimensi yang bisa saja memerlukan dukungan dua dimensi lainnya karena kerja sama atau jaringan sosial tidak akan terwujud tanpa dilandasi norma dan rasa saling percaya. Lebih lanjut, dalam menganalisis jaringan sosial, Granovetter (2005) mengetengahkan gagasan mengenai pengaruh struktur sosial terutama yang dibentuk berdasarkan jaringan terhadap manfaat ekonomis khususnya menyangkut kualitas informasi. Menurutnya terdapat empat prinsip utama yang melandasi pemikiran mengenai adanya hubungan pengaruh antara jaringan sosial dengan manfaat ekonomi, yakni: Pertama, norma dan kepadatan jaringan (network density). Kedua, lemah atau kuatnya ikatan (ties) yakni manfaat ekonomi yang ternyata cenderung didapat dari jalinan ikatan yang lemah. Dalam konteks ini Ia menjelaskan bahwa pada tataran empiris, informasi baru misalnya, akan cenderung didapat dari kenalan baru dibandingkan dengan teman dekat yang umumnya memiliki wawasan yang hampir sama dengan individu, dan kenalan baru relatif membuka cakrawala dunia luar individu. Ketiga, peran lubang struktur (structural holes) yang berada di luar ikatan lemah ataupun ikatan kuat yang ternyata berkontribusi untuk menjembatani relasi individu dengan pihak luar. Keempat, interpretasi terhadap tindakan ekonomi dan non ekonomi, yaitu adanya kegiatan-kegiatan non ekonomis yang dilakukan dalam kehidupan sosial individu yang ternyata mempengaruhi tindakan ekonominya. Dalam hal ini Granovetter menyebutnya ketertambatan tindakan non ekonomi dalam kegiatan ekonomi sebagai akibat adanya jaringan sosial.

Demikian halnya mengenai ketertambatan kegiatan ekonomi dalam struktur budaya, politik, bahkan agama. Satu hal lagi yang juga dikemukakan adalah mengenai adanya pengaruh yang sedemikian kuat dari struktur ataupun jaringan sosial terhadap pengembangan ekonomi yang menyangkut masalah pengaruh struktur sosial terhadap distribusi tenaga kerja, dalam hal ini dijelaskan bagaimana jaringan kerja memainkan peranan penting dalam pasar tenaga kerja. Selain itu, disebutkan juga peranan jaringan kerja dalam dinamika pasar, terutama dalam hal pergeseran atau bahkan penetapan harga antara pembeli dan penjual yang timbul sebagai akibat jaringan sosial. Terakhir juga diuraikan oleh Granovetter, bagaimana jaringan sosial berperan sebagai sumber inovasi beserta adopsinya, sebagai gambaran adanya interpenetrasi kegiatan sosial dalam tindakan ekonomi (Ketut, 2009).

Jaringan sosial juga berpengaruh terhadap kemakmuran ekonomi. Studi yang dilakukan Norbutas dan Corten (2017) menyebutkan bahwa, keragaman jaringan sosial berpengaruh pada kemakmuran ekonomi di level kabupaten. Keberagaman jaringan tersebut terkait dengan bagaimana aktor-aktor berinteraksi dan membentuk pola-pola tertentu sehingga informasi yang didapatkan beragam. Jaringan sosial juga dianggap dapat mematahkan stereotipe kemiskinan yang dialami masyarakat pesisir. Seperti yang terjadi di masyarakat Desa Suradadi yang memiliki tingkat kesejahteraan cukup tinggi dikarenakan adanya proses transformasi. Transformasi masyarakat nelayan tersebut terjadi pada nelayan tradisional menjadi nelayan modern, karena adanya peran jaringan sosial di dalamnya (Harini 2012).

Kusnadi (2000) menyebutkan bahwa dalam menghadapi kondisi kemiskinan, nelayan memanfaatkan jaringan sosial sebagai strategi adaptasi yang bersifat rasional dan efektif sesuai dengan kondisi penduduk miskin. Untuk melakukan strategi adaptasi, dalam hal ini berjejaring, tentu nelayan menggunakan nalarnya sebelum bertindak.

H. Interaksi Sosial

Interaksi sosial merupakan gambaran tentang proses berhubungan yang saling mempengaruhi dalam pikiran dan tindakan. Proses berhubungan yang saling mempengaruhi tersebut akan jelas bila kita melihat interaksi sosial. Pengertian interaksi sosial sendiri diartikan sebagai hubungan timbal balik antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, dan antara kelompok yang satu dengan kelompok yang lain.

Menurut Gillin dan Gillin (soekanto, 2000) proses interaksi sosial terjadi apabila ada dua syarat, yang pertama, kontak sosial (*social contact*), yang mana diartikan sebagai hubungan sosial antara individu satu dengan individu yang lain yang bersifat langgeng, seperti, sentuhan, percakapan, maupun tatap muka. Adapun yang kedua

yaitu, komunikasi (*communication*) adalah proses penyampaian dari seseorang kepada orang lain, yang dilakukan secara Interaksi sosial merupakan syarat utama terjadinya aktivitas sosial, menyangkut hubungan antara individu, antara individu dengan kelompok, maupun antara kelompok dengan kelompok. Apabila dua orang bertemu, interaksi sosial terjadi pada saat itu, mereka saling menegur, berjabat tangan, saling berbicara, atau bahkan mungkin berkelahi. Suatu interaksi sosial tidak akan mungkin terjadi apabila tidak memenuhi dua syarat, yaitu adanya kontak sosial dan adanya komunikasi. Secara fisik, kontak baru terjadi apabila terjadi hubungan badaniah. Sebagai gejala sosial, kontak itu tidak perlu berarti suatu hubungan badaniah, oleh karena individu dapat mengadakan hubungan dengan pihak lain tanpa menyentuh. Perkembangan teknologi dewasa ini menyebabkan seorang dapat berhubungan satu dengan lainnya melalui *short message service* (sms), telegraf, radio dan atau surat menyurat, yang tidak memerlukan hubungan badaniah.

Perlu dipahami bahwa terjadinya kontak tidaklah semata-mata tergantung dengan tindakan, akan tetapi juga tanggapan terhadap tindakan itu. Walaupun mereka bertemu muka tidak saling berbicara atau tidak saling menukar tanda-tanda, interaksi sosial pun telah terjadi, oleh karena masing-masing sadar akan adanya pihak lain yang menyebabkan perubahan-perubahan dalam perasaan maupun syaraf individu yang bersangkutan misalnya suara dan bau keringat. Kesemuanya itu menimbulkan kesan di dalam pikiran seorang individu kemudian menentukan tindakan apa yang akan dilakukannya.

Interaksi yang baik dengan orang lain juga dapat menjadi salah satu strategi untuk mengurangi stigma dan diskriminasi. Interaksi yang dimaksudkan tidak hanya dilakukan sekali, namun harus berkali-kali (Corrigan, 2004).

Dalam kerangka kontak sosial, indikator interaksi ini dapat dijadikan sebagai suatu alat analisis untuk melihat bagaimana bentuk interaksi itu, apakah mengarah kepada perasaan suka sehingga melahirkan perasaan sosial, suasana harmonis (integrasi) dan atau mengarah kepada perasaan tidak suka sehingga melahirkan pertentangan, disharmonisasi (konflik).

Dalam masyarakat terjadi kehidupan yang dinamis akan terjadi proses sosial yang di dalamnya terdapat proses interaksi antara manusia satu dengan yang lain. Di dalam masyarakat majemuk, interaksi merupakan faktor utama.

I. Hubungan Sosial

Hubungan berasal dari bahasa inggris yaitu *relationship* adalah kesinambungan interaksi antara dua orang atau lebih yang memudahkan proses pengenalan satu akan

yang lain. Hubungan terjadi dalam setiap proses kehidupan manusia. Secara garis besar, hubungan terbagi menjadi hubungan positif dan negatif. Hubungan positif terjadi apabila kedua pihak yang berinteraksi merasa saling diuntungkan satu sama lain dan ditandai dengan adanya timbal balik yang serasi. Sedangkan, hubungan yang negatif terjadi apabila suatu pihak merasa sangat diuntungkan dan pihak yang lain merasa dirugikan. Dalam hal ini, tidak ada keselarasan timbal balik antara pihak yang berinteraksi, hubungan dapat menentukan tingkat kedekatan dan kenyamanan antara pihak yang berinteraksi. Semakin dekat pihak-pihak tersebut, hubungan tersebut akan dibawa kepada tingkatan yang lebih tinggi (Sihotang, 2016).

Pengertian sosial ekonomi jarang dibahas secara bersamaan. Pengertian sosial dan pengertian ekonomi sering dibahas secara terpisah. Pengertian sosial dalam ilmu sosial menunjuk pada objeknya yaitu masyarakat. Sedangkan pada departemen sosial menunjukkan pada kegiatan yang ditunjukkan untuk mengatasi persoalan yang dihadapi oleh masyarakat dalam bidang kesejahteraan yang ruang lingkup pekerjaan dan kesejahteraan sosial.

Sosial ekonomi adalah kedudukan atau posisi seseorang dalam kelompok masyarakat yang ditentukan oleh jenis *aktivitas* ekonomi, pendidikan serta pendapatan. Dalam pembahasannya sosial dan ekonomi sering menjadi objek pembahasan yang berbeda. Dalam konsep sosiologi manusia sering disebut dengan makhluk sosial yang artinya manusia tidak dapat hidup wajar tanpa adanya bantuan dari orang lain. sehingga arti sosial sering diartikan sebagai hal yang berkenaan dengan masyarakat. Ekonomi berasal dari bahasa Yunani yaitu *oikos* yang berarti keluarga atau rumah tangga dan *nomos* yang berarti peraturan.

Menurut J. Dwi Narwako dan Bagong Suyanto dalam Damsar (2010) mengemukakan bahwa Proses sosial adalah setiap interaksi sosial yang berlangsung dalam satu jangka waktu, sedemikian rupa hingga menunjukkan pola-pola pengulangan hubungan perilaku dalam kehidupan masyarakat. Kondisi sosial ekonomi merupakan bagian dari kehidupan manusia sejak lahir yang memegang peranan penting dalam usaha pemenuhan kebutuhannya.

Menurut Abdulsyani dalam Damsar (2010) Sosial ekonomi adalah kedudukan atau posisi seseorang dalam kelompok manusia yang ditentukan oleh jenis aktivitas ekonomi, pendapatan, tingkat pendidikan, jenis rumah tinggal, dan jabatan dalam organisasi.

Sosial ekonomi merupakan kegiatan seseorang yang berhubungan dengan orang lain. Manusia merupakan makhluk sosial dimana mereka tidak dapat hidup sendiri. Menurut Aristoteles dalam Kurniawan (2013), manusia merupakan *zoon politicon* yaitu makhluk sosial yang menyukai hidup bergolongan atau lebih suka mencari teman untuk

hidup bersama daripada hidup sendiri. Manusia memerlukan bantuan dari orang lain mulai dari manusia dilahirkan sampai meninggal dunia. Manusia selalu berinteraksi, berelasi, berkomunikasi, saling membutuhkan dan saling membantu. Setiap individu mempunyai keinginan untuk berhubungan dengan orang lain.

Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa sosial ekonomi adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan, antara lain pendidikan, pekerjaan, dan pemenuhan kebutuhan tersebut berkaitan dengan penghasilan. Manusia selalu ingin memenuhi kebutuhan hidupnya baik moral maupun material. Kebutuhan pokok dapat dijelaskan sebagai kebutuhan yang sangat penting guna kelangsungan hidup manusia (Rosdiana 2019).

Hubungan ekonomi merupakan hubungan dinamis dalam masyarakat yang berkaitan dengan mata pencaharian dan perolehan pendapatan. Perekonomian masyarakat pedesaan dapat dilihat adanya gejala-gejala upaya pemenuhan kebutuhan hidup manusia. Pemenuhan kebutuhan hidup tersebut memiliki suatu pencirian sistem sosial ekonomi tertentu.

Menurut Bintarto bahwa, relasi adalah hubungan antara dua gejala, dua komponen, dua individu atau lebih yang dapat menimbulkan pengaruh. Dapat dimaknai relasi sosial itu merupakan hubungan yang dinamis dalam masyarakat. Relasi menimbulkan pengaruh timbal balik antara individu dan masyarakat karena relasi dimulai dari pertemuan dimana masyarakat tersebut saling menyapa, bersalaman, berbicara, saling mempengaruhi atau bertukar pikiran.

Hubungan sosial yang terjalin dalam masyarakat mengakibatkan terbentuknya solidaritas. Solidaritas di masyarakat sangat diperlukan untuk menjaga keharmonisan antar kelompok masyarakat dan membangun desa agar lebih maju. Antara kelompok masyarakat harus menjalin relasi agar usaha yang dimilikinya dapat terus bertahan dan berkembang. Oleh karena itu orang akan berelasi dan berinteraksi dalam kehidupan sosial agar hubungan ekonomi tetap terjalin (Kurniawan, 2013).

Dalam suatu masyarakat senantiasa terdapat berbagai proses sosial, salah satunya adalah interaksi sosial. Interaksi merupakan bentuk umum dari proses sosial, karena untuk melahirkan interaksi sosial diperlukan adanya aktifitas-aktifitas sosial. Dari aktifitas ini menunjukkan adanya gejala-gejala dan interaksi yang terjadi dikalangan manusia dalam mengadakan hubungan satu sama lain Menurut Simmel pengertian dasar tentang masyarakat yaitu masyarakat terdiri dari jaringan-jaringan, relasi-relasi antara orang-orang yang menjadikan mereka bersatu. Masyarakat bukanlah badan fisik dan bukan bayangan saja didalam kepala orang-orang, melainkan sejumlah pola perilaku yang disepakati dan dijunjung bersama, pengertian ini disebut dengan Teori Tindakan (*Action Theory*). Interaksi antara anggota yang bertumpu pada konsep-konsep

dan pola-pola perilaku ditunjang bersama-sama, ini merupakan salah satu faktor yang menjadi titik tolak agar dapat mencapai suatu pengertian tentang masyarakat. Dalam suatu situasi terdapat dua jenis masyarakat yang saling berinteraksi dan menjalin hubungan sosial, masyarakat tersebut ialah masyarakat lokal dan masyarakat pendatang (Ali,2012).

Dalam hubungan sosial akan terjalin sebuah hubungan antara satu individu dengan individu lain sebagai interaksi sosial yang meliputi (Ali,2012):

1. Kerja sama

Kerja sama adalah suatu usaha bersama antara orang perorangan atau kelompok manusia untuk mencapai satu atau beberapa tujuan bersama. Kerjasama timbul karena orientasi orang perorangan terhadap kelompoknya. Kerja sama mungkin akan bertambah kuat apabila ada bahaya luar yang mengancam atau tindakan-tindakan luar yang menyinggung kesetiaan yang secara tradisional atau *institutional* telah tertanam dalam kelompok, dalam diri seorang atau golongan orang.

2. Akomodasi

Istilah akomodasi dipergunakan dalam dua arti, yaitu untuk menunjukan pada suatu keadaan dan untuk menunjukan pada suatu proses. Akomodasi yang menunjukan pada suatu keadaan, berarti adanya suatu keseimbangan (*equilibrium*) dalam interaksi antara orangperorangan atau kelompok-kelompok manusia dalam kaitannya dengan norma-norma sosial dan nilai-nilai sosial yang berlaku di dalam masyarakat. Akomodasi sebenarnya merupakan suatu cara untuk menyelesaikan pertentangan tanpa menghancurkan pihak lawan sehingga lawan tidak kehilangan kepribadiannya.

Akomodasi sebagai suatu proses mempunyai beberapa bentuk (Young dan Raymond dalam Soekanto, 2003), yaitu:"

1) *Coercion*, adalah suatu bentuk akomodasi yang prosesnya dilaksanakan oleh karena adanya paksaan. *Coercion* merupakan bentuk akomodasi yang mana salah-satu pihak berada dalam keadaan yang lemah bila dibanding-kan dengan pihak lawan. Pelaksanaannya dapat dilakukan secara fisik (yaitu secara langsung), maupun secara psikologis (yaitu secara tidak langsung).

2) *Compromise*, adalah suatu bentuk akomodasi di mana pihak-pihak yang terlibat saling mengurangi tuntutan, agar tercapai suatu penyelesaian terhadap perselisihan yang ada. Sikap dasar untuk dapat melak-sanakan *compromise* adalah bahwa salah-satu pihak bersedia untuk merasakan dan memahami keadaan pihak lainnya dan begitu pula sebaliknya.

3) *Arbitration*, merupakan suatu cara untuk mencapai *compromise* apa bila pihak-pihak yang berhadapan tidak sanggup mencapainya sendiri.

4) *Mediation* hampir menyerupai *arbitration*. Pada *mediation* diundang-lah pihak ketiga yang netral dalam soal perselisihan yang ada. Pihak ketiga tersebut tugas adalah utamanya mengusahakan suatu penyelesaian secara damai. Kedudukan pihak ketiga hanyalah sebagai penasihat belaka, dia tak mempunyai wewenang untuk memberi keputusan-keputusan penyelesaian perselisihan tersebut.

5) *Conciliation*, adalah suatu usaha untuk mempertemukan keinginan-keinginan dari pihak-pihak yang berselisih demi tercapainya suatu persetujuan bersama. *Conciliation* bersifat lebih lunak daripada coercion dan membuka kesempatan bagi pihak-pihak yang bersangkutan untuk mengadakan asimilasi.

6) *Toleration*, juga sering dinamakan *tolerant-participation*. Ini merupakan suatu bentuk akomodasi tanpa persetujuan yang formal bentuknya. Kadang-kadang *toleration* timbul secara tidak sadar dan tanpa direncanakan, hal mana disebabkan karena adanya watak orang perorangan atau kelompok-kelompok manusia untuk sedapat mungkin menghindarkan diri dari suatu perselisihan.

7) *Stalemate*, merupakan suatu akomodasi, di mana pihak-pihak yang bertentangan karena mempunyai kekuatan yang seimbang berhenti pada suatu titik tertentu dalam melakukan pertentangannya. Hal ini disebabkan oleh karena bagi kedua belah pihak sudah tidak ada kemungkinan lagi baik untuk maju maupun untuk mundur. *Stalemate* tersebut, misalnya, terjadi antara Amerika Serikat dengan Soviet Rusia di bidang nuklir.

8) *Adjudication*, yaitu penyelesaian perkara atau sengketa di pengadilan.

3. Persaingan

Persaingan adalah bentuk interaksi dimana individu dalam mencapai tujuannya akan mempengaruhi individu lain. Persaingan yang ada juga yang berupa peningkatan kualitas dari individu itu sendiri agar lebih terlihat menonjol dan mendapatkan sesuatu yang menjadi suatu kemajuan atau kenaikan bagi karirnya dalam bekerja. Persaingan didalam kelompok antara para anggota atau sub kelompok tidak akan menambah interaksi. Selama kedua belah pihak mentaati norma-norma yang berlaku untuk persaingan dapat dikatakan pantas atau "*fair*". Ada dua bentuk persaingan, antara lain:

- a. Persaingan *fair*, merupakan bentuk persaingan yang *sportif* dan biasa mengarah kepada kerjasama.
- b. Persaingan *tidak fair*, merupakan bentuk persaingan yang tidak *sportif* dan mengarah kepada konflik.

4. Konflik

Di dalam suatu masyarakat maupun kelompok-kelompok sosial terdapat hal-hal yang dianggap baik atau bernilai, akan tetapi hal-hal tersebut tidak banyak terdapat, sehingga ada golongan tertentu yang merasa dirugikan (disamping mereka yang

beruntung). Pribadi maupun kelompok yang menyadari adanya perbedaan misalnya dalam ciri-ciri badaniah, emosi unsur-unsur kebudayaan, pola-pola perilaku dan seterusnya dengan pihak lain. Ciri tersebut dapat mempertajam perbedaan yang ada hingga menjadi suatu pertentangan atau pertikaian (*konflik*).

Hubungan sosial ekonomi pada masyarakat dapat dilihat dari karakteristik desa. Desa mempunyai karakteristik tertentu, sejumlah sosiologi dan tokoh yang lain cenderung mengacu ke pola-pola pemikiran yang bersifat *teoritik*, seperti konsep-konsep *dikhotomik*.

Kehidupan ekonomi Manusia dalam memenuhi kebutuhannya merupakan makhluk ekonomi yang cenderung tidak pernah merasa puas dengan apa yang diperoleh dan selalu berusaha secara terus-menerus dan memenuhi kebutuhannya. Menurut Sastra dipoera dalam Kurniawan (2013) Istilah ekonomi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *oikonomia* yang terdiri dari suku kata *oikos* dan *nomos*, *oikos* artinya segala sesuatu yang berhubungan dengan pengelolaan sedangkan *nomos* berarti undang-undang atau peraturan sehingga diartikan bahwa ekonomi adalah upaya-upaya yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya". Kehidupan ekonomi dapat diartikan sebagai segala aktifitas masyarakat dalam memenuhi kebutuhan rumah tangganya yang dapat diperoleh dari lingkungannya dalam memenuhi kebutuhan rumah tangganya.

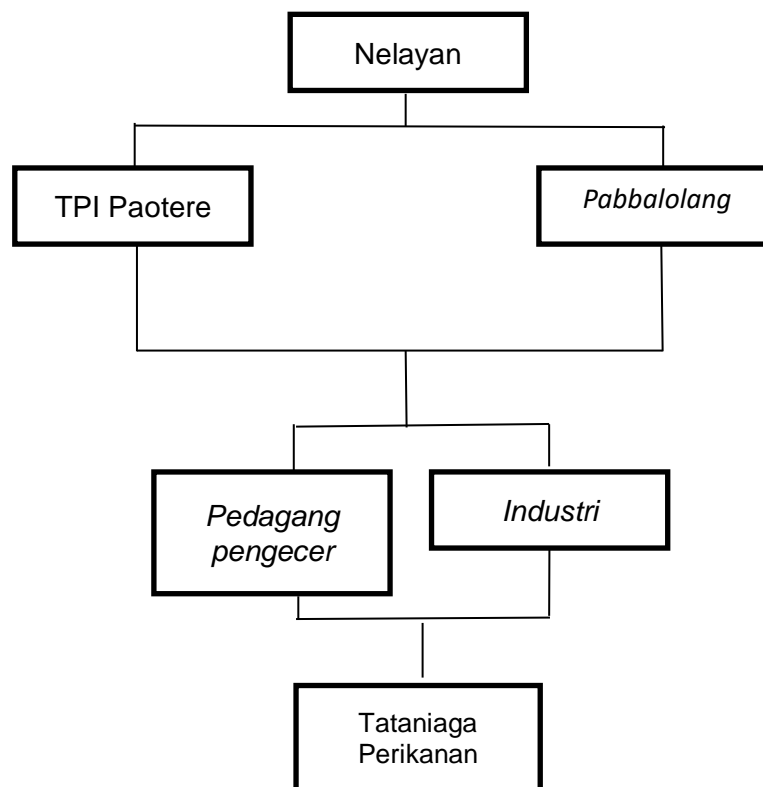
J. Karangka Pikir

Nelayan adalah mereka yang bermata pencaharian sebagai penangkap ikan atau yang melakukan aktivitas perikanan. Nelayan Kota Makassar dan sekitarnya biasanya memasarkan hasil tangkapannya di Tempat Pelelangan Ikan (TPI). TPI Paotere adalah salah satu TPI yang berada di Kota Makassar yang sudah difungsikan sejak lama. Dalam perkembangannya para nelayan yang memiliki pengetahuan minim pada pemasaran ikan (hasil tangkapannya) memerlukan seseorang yang memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk melakukan pemasaran hasil perikanan yang lebih maksimal. Maka dari itu dikenal istilah *Pabbalolang* atau biasa disebut pengumpul yang mengumpulkan hasil tangkapan dari para nelayan untuk kemudian dijualnya kembali.

Pada awalnya *Pabbalolang* sebagai salah satu lembaga dalam sistem pemasaran yang menjadikan mata rantai pemasaran perikanan semakin mahal. Kini *Pabbalolang* menjadi salah satu sistem yang ada dalam rantai pemasaran hasil perikanan dengan adanya hubungan struktural yang terbentuk antara nelayan dengan *Pabbalolang*. Seiring bertambahnya waktu menjadikan kini nelayan dan *Pabbalolang* disebut sebagai hubungan struktural yang terbentuk melalui jaringan sosial.

Dalam tataniaga pemasaran hasil perikanan di TPI Paotere itulah *pabbalolang* berperan sebagai salah satu lembaga yang memiliki peranan penting dalam memasarkan hasil perikanan para nelayan dengan tetap tidak melupakan hubungan sosial atau jaringan sosial yang telah terbentuk, dari hasil tangkapan nelayan yang di kumpul ke *Pabbalolangnya* biasanya *Pabbalolang* memasarkan kepada Industri dan juga Pedagang Pengecer. Di TPI Paotere ini terdapat rantai tataniaga hasil perikanan yang Dari dua hal tersebut dilihat dari tataniaga pemasaran secara ekonomi dan jaringan sosial secara sosial adalah peran *Pabbalolang* terhadap pemasaran hasil perikanan di TPI Paotere. Sehingga nantinya akan dianalisis untung rugi adanya *Pabbalolang* ini kemudian dijadikan sebuah rekomendasi untuk kesejahteraan para nelayan (masyarakat).

Secara skematik kerangka pikir penelitian dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 1. Kerangka pikir Penelitian