

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan potensi sumber daya perikanan laut yang sangat besar. Salah satu komoditas unggulan adalah ikan cakalang (*Katsuwonus pelamis*), yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan permintaan pasar yang luas, baik domestik maupun ekspor. Di Sulawesi Selatan, khususnya di Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Lappa, ikan cakalang menjadi hasil tangkapan utama dan memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan masyarakat pesisir. (Firdaus, 2018).

Provinsi Sulawesi Selatan termasuk salah satu daerah yang memiliki sumber daya alam yang melimpah khususnya di sektor perikanan, sehingga sektor ini dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian daerah. Sebagai bukti, berdasarkan data BPS Indonesia (2022), menyebutkan bahwa sektor tersebut memberikan kontribusi sebesar 12,40% terhadap PDB Indonesia pada tahun 2021, sektor perikanan sendiri tumbuh dengan laju pertumbuhan sebesar 5,45%, angka tersebut berada di atas angka laju pertumbuhan PDB Indonesia. Lebih lanjut, sektor perikanan merupakan salah satu sektor ekonomi yang memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian di berbagai wilayah Indonesia (Adhawati, 2023).

Kabupaten Sinjai adalah salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Sulawesi Selatan yang memiliki garis pantai sepanjang 31 km dengan perkiraan potensi pemanfaatan sebesar 320.000 ton/tahun. Pemanfaatan potensi masih didominasi oleh perikanan rakyat dengan memanfaatkan sumber perikanan pantai, lepas pantai dan laut bebas. Adapun potensi perikanan tangkap yang dominan berasal dari jenis ikan pelagis kecil dan demersal seperti, tembang, teri, kembung, ikan Napoleon, ikan baronang, dll. Walaupun potensi cukup besar namun pemanfaatannya belum optimal. Areal penangkapan nelayan Kabupaten Sinjai meliputi Teluk Bone dan Laut Flores (Novitasari, 2023).

Laut memegang peran penting dalam menunjang kebutuhan hidup dari sebagian masyarakat di Kabupaten Sinjai. Khususnya di Kecamatan Sinjai Utara yang merupakan wilayah penangkapan dan pelelangan ikan yang ada di Kabupaten Sinjai. Sinjai Utara juga berada di sekitar pelabuhan, selain itu terdapat pula tempat wisata. Wilayah lain yang berada pada daerah pesisir yaitu Kecamatan Sinjai Timur dan Kecamatan Sinjai Tellulimpoe. Pantai di daerah tersebut cukup indah sehingga menarik masyarakat Sinjai maupun dari luar Sinjai berkunjung untuk mengisi waktu liburnya. Di Kabupaten Sinjai sebagian besar mata pencahariannya adalah nelayan, kecuali yang berada di dataran tinggi yaitu Kecamatan Sinjai Selatan, Sinjai Borong, Sinjai Tengah, Sinjai Barat, dan Sinjai Bulupoddo (Aulia, 2023).

Potensi sektor kelautan dan perikanan yang cukup besar dengan tersedianya tempat pendaratan ikan (TPI) yang merupakan terbesar di Sulawesi Selatan, maka Kabupaten Sinjai telah mengembangkan produk unggulan perikanan, baik perikanan tangkap maupun perikanan budidaya berupa budidaya laut, tambak, air tawar dan sektor wisata bahari. Perikanan yang sangat besar dan merupakan aset strategis untuk dikelola dan dikembangkan dengan basis kegiatan ekonomi pada tujuan pemakmuran masyarakat pesisir dan peningkatan perolehan pendapatan asli daerah. Salah satu sumber daya perikanan ekonomis penting di daerah Sinjai adalah ikan cakalang (*Katsuwonus pelamis*) dengan potensi yang besar sehingga perairan Sinjai termasuk salah satu dari tiga daerah penangkapan ikan terbaik di perairan Sulawesi Selatan. Untuk lokasi penangkapan ikan jaraknya yaitu Sinjai Utara sekitar ± 1 km, Sinjai Timur ± 750 m, Sinjai Tellulimpoe ± 500 km karena makin ke timur laut cenderung semakin dalam (Mutmainna, 2018).

Di Kabupaten Sinjai, produksi ikan cakalang mencapai jutaan kilogram per tahun, menjadikannya sebagai salah satu komoditas perikanan tangkap unggulan daerah. Namun, di balik potensi tersebut, sistem pemasaran ikan cakalang masih menghadapi sejumlah permasalahan. Permasalahan tersebut meliputi ketidakefisienan saluran distribusi, ketergantungan pada pedagang perantara, serta belum optimalnya manajemen pelelangan ikan di TPI. Akibatnya, pendapatan nelayan sering kali tidak sebanding dengan nilai ekonomis ikan di pasar. Margin dan biaya pemasaran yang belum transparan juga menjadi faktor yang mempengaruhi keuntungan nelayan (Malik, 2021).

Sistem transaksi penjualan ikan dengan sistem lelang tersebut diharapkan dapat meningkatkan pendapatan nelayan dan perusahaan perikanan serta pada akhirnya dapat memacu dan menunjang perkembangan kegiatan penangkapan ikan di laut. Hasil tangkapan ikan yang ditangkap oleh nelayan didaratkan di pelabuhan pendaratan ikan, selanjutnya ikan segar dibawa ke pelabuhan pendaratan ikan dan diletakkan di gedung tempat pelelangan ikan (TPI). Ikan segar hasil tangkapan nelayan dilelang atau dijual ke penampung hasil tangkapan seperti tauke dan pengusaha penjual ikan lainnya (Sinaga, 2020).

Pemasaran adalah salah satu kegiatan perekonomian yang membantu dalam menciptakan nilai ekonomi. Pemasaran suatu sistem total dari kegiatan bisnis untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Pemasaran juga berperan penting dalam mempengaruhi tinggi rendahnya pendapatan nelayan (Amran, 2024).

Pentingnya peran ikan cakalang dalam menopang ekonomi lokal dan berbagai tantangan dalam pemasaran, mendorong perlunya analisis yang lebih mendalam mengenai sistem pemasaran ikan cakalang di TPI Lappa. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk saluran pemasaran, menghitung

margin dan biaya pemasaran, serta mengukur efisiensi distribusi ikan cakalang. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perumusan kebijakan yang lebih berpihak pada nelayan dan pelaku usaha perikanan di Kabupaten Sinjai. (Wibowo, 2021).

Sistem transaksi penjualan ikan dengan sistem lelang tersebut diharapkan dapat meningkatkan pendapatan nelayan dan perusahaan perikanan serta pada akhirnya dapat memacu dan menunjang perkembangan kegiatan penangkapan ikan di laut. Hasil tangkapan ikan yang di tangkap oleh nelayan didaratkan dipelabuhan pendaratan ikan selanjutnya ikan segar dibawa ke pelabuhan pendaratan ikan dan di letakkan di gedung tempat pelelangan ikan (TPI) ikan segar hasil tangkapan nelayan di lelang atau dijual ke penampung hasil tangkapan seperti tauke dan pengusaha penjual ikan lainnya (Sinaga, 2020).

Berdasarkan hal tersebut, sehingga penulis merasa perlu untuk mengkaji lebih jauh dengan judul penelitian **“Analisis Pemasaran Ikan Cakalang (*Katsuwonus pelamis*) Di TPI Lappa, Kabupaten Sinjai”**

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diajukan, adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- 1.2.1** Untuk mengetahui bentuk saluran pemasaran ikan cakalang (*Katuwonus pelamis*) di TPI Lappa Sinjai
- 1.2.2** Untuk menganalisis besar biaya, margin, dan keuntungan pemasaran ikan cakalang (*Katsuwonus pelamis*) di TPI Lappa Sinjai
- 1.2.3** Untuk mengetahui efisiensi pemasaran ikan cakalang (*Katsuwonus pelamis*) di TPI Lappa Sinjai

1.3 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.3.1** Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan menambah wawasan dalam pengembangan ilmu yang berkaitan dengan analisis pemasaran ikan cakalang.
- 1.3.2** Bagi akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu dan wawasan khususnya bagi masyarakat terkait dengan analisis pemasaran ikan cakalang serta dapat dijadikan bahan referensi bagi pembaca yang ingin melakukan penelitian yang serupa.
- 1.3.3** Diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah Kabupaten Sinjai dan instansi-instansi yang terkait dalam meningkatkan pendapatan nelayan ikan di Kabupaten Sinjai. Khususnya di Kecamatan Sinjai Utara.

BAB II METODE PENELITIAN

2.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Februari hingga Maret 2025. Lokasi penelitian adalah Tempat Pelelangan Ikan (TPI) Lappa Kabupaten Sinjai. Lokasi dipilih sengaja (*Purposive*) dengan pertimbangan TPI Lappa merupakan pusat pendaratan ikan khususnya ikan cakalang di Kabupaten Sinjai.

2.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode *survey* yang menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Metode *survey* dilakukan secara langsung di lapangan untuk mengamati gejala yang ada dan mengumpulkan data tentang faktor-faktor yang terkait dengan variabel penelitian.

Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini memberikan gambaran tentang bagaimana suatu keadaan terjadi dan strategi yang digunakan untuk menjawab masalah penelitian terkait saluran distribusi pemasaran ikan cakalang di TPI Lappa dengan fokus pada aspek kelembagaan. Pendekatan ini melibatkan pengumpulan data melalui narasi dan wawancara. Di sisi lain, pendekatan kualitatif memberikan gambaran berupa data numerik melalui analisis biaya pemasaran, margin pemasaran, keuntungan pemasaran dan efisiensi pemasaran.

2.3 Metode Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel/responden dilakukan secara *Cluster Random Sampling* (berkelompok) yaitu suatu metode pengambilan sampel dengan mengklasifikasikan sampel secara sederhana, sesuai dengan pendapat Prasetyo (2005) yang menyatakan bahwa jika jumlah sampel kurang dari 100 maka lebih baik diambil semua, tetapi jika jumlah sampel lebih dari 100 maka dapat diambil antara 10 – 15 persen dari jumlah populasi ataupun tergantung dari kemampuan peneliti, luas wilayah dan besar kecilnya resiko yang ditanggung peneliti. Pengelompokan responden adalah sebagai berikut :

Tabel 1 Jenis usaha, populasi, sampel dari responden di TPI Lappa

No.	Lembaga Pemasaran	Populasi	Persentase (%)	Sampel
1.	Nelayan	140	10	14
2.	Pengumpul	8	100	8
3.	Pengecer Lokal	116	10	16
4.	Pengecer Luar	6	100	6
Total				44

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan Tabel 1, diketahui jumlah populasi terdiri atas 140 nelayan, 10 pengumpul, 116 pengecer lokal, dan 6 pengecer luar. Karena jumlah populasi nelayan dan pengecer lokal masing-masing melebihi 100 orang, maka sampel yang diambil sebesar 10% dari populasi, yaitu 14 orang nelayan dan 16 orang pengecer lokal. Sementara itu, sampel untuk pengumpul dan pengecer luar diambil secara keseluruhan, masing-masing sebanyak 8 orang pengumpul dan 6 orang pengecer luar. Dengan demikian, total jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah 44 orang.

2.4 Teknik Pengambilan Data

Adapun Teknik pengambilan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

- 2.4.1** Observasi adalah cara pengumpulan data dengan terjun dan melihat langsung ke lapangan, terhadap objek yang akan diteliti.
- 2.4.2** Wawancara adalah teknik pengambilan data dengan wawancara langsung dengan nelayan, pengumpul (pungawa).
- 2.4.3** Studi Pustaka adalah studi literatur yang menggunakan buku-buku dan literatur-literatur lainnya sebagai objek penelitian yang utama.
- 2.4.4** Dokumentasi adalah segala bentuk sumber informasi yang berasal dari suatu arsip atau dokumen resmi maupun tidak resmi yang berada dibawah tanggung jawab oleh suatu lembaga.

2.5 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini ada dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder sebagai berikut:

- 2.5.1** Sumber data primer merupakan data yang pertama kali dikumpulkan oleh peneliti data yang diperoleh dari reponden secara langsung. Dengan menggunakan teknik observasi langsung melalui penyebaran kuisioner. Data primer yang diperoleh di lapangan pada penelitian ini bersumber dari nelayan ikan cakalang yang berada di kawasan TPI Lappa, Kelurahan Lappa
- 2.5.2** Sumber data sekunder merupakan data yang sudah dikumpulkan oleh orang lain ataupun data yang diperoleh dari sumber asli, seperti instansi pemerintah juga non pemerintah atau perorangan.

2.6 Metode Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

2.6.1 Analisis Deskriptif Kualitatif

Untuk mengetahui rumusan masalah pertama tentang analisis pemasaran secara deskriptif kualitatif dimana menjelaskan lembaga-lembaga yang terlibat dalam proses pemasaran ikan cakalang (*Katsuwonus Pelamis*).

2.6.2 Analisis Deskriptif Kuantitatif

Untuk menganalisis masalah maka digunkana metode analisis sebagai

berikut:

2.6.2.1 Untuk menguji masalah kedua tentang biaya, margin, dan keuntungan maka digunakan analisis kuantitatif dengan rumus sebagai berikut:

Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan suatu komoditi dari produsen ke konsumen. Biaya pemasaran adalah penjumlahan biaya masing-masing lembaga pemasaran menggunakan rumus sebagai berikut (Soekarwati, 2021).

$$Bp = Bp1 + Bp2 + Bp3 + \dots Bpn$$

Keterangan :

Bp : Biaya Pemasaran ikan cakalang

$Bp1 + Bp2 + Bp3 + \dots Bpn$: Biaya Pemasaran yang dikeluarkan tiap lembaga (Rp)

Margin pemasaran adalah selisih harga jual di tingkat produsen dan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir. Margin pemasaran yang besar menunjukkan pemasaran yang tidak efisien, sedangkan margin pemasaran yang kecil menunjukkan pemasaran yang efisien. Adapun rumus (Sofanudin, 2017) untuk menghitung margin pemasaran adalah sebagai berikut:

$$Mp = Pr - Pf$$

Keterangan :

Mp : Margin Pemasaran

Pr : Harga ditingkat konsumen (Rp)

Pf : Harga ditingkat produsen (Rp)

Analisis keuntungan pemasaran dapat dihitung menggunakan rumus Soekartawi (2021) sebagai berikut:

$$n = MP - BP$$

Keterangan :

n : Keuntungan (Rp)

MP : Margin Pemasaran (Rp)

BP : Biaya Pemasaran (Rp)

2.6.2.2 Untuk mengetahui masalah ketiga besarnya efisiensi pemasaran dapat digunakan analisis kuantitatif.

Pemasaran yang efisien adalah pemasaran yang diselenggarakan dengan biaya serendah mungkin, dan mengambil keuntungan yang wajar, serta mampu menciptakan kepuasan bagi konsumen. Biaya pemasaran yang semakin rendah dari nilai produk yang dipasarkan akan semakin efisien pula pemasaran tersebut (Sofanudin, 2017).

$$EP = \frac{BP}{He} \times 100\%$$

Keterangan :

EP : Efisiensi pemasaran

BP : Biaya pemasaran / unit

He : Harga eceran / unit

Jika:

EP yang nilainya < 1 = Paling efisien

EP yang nilainya > 1 = Tidak efisien