

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Sektor perikanan tangkap merupakan pilar utama ekonomi masyarakat pesisir Indonesia. Berdasarkan laporan Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP, 2024), kontribusi sektor kelautan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional mencapai Rp 390,2 triliun, dengan tingkat pertumbuhan rata-rata 5,7% per tahun. Di Sulawesi Selatan, subsektor perikanan menyumbang 11,4% terhadap PDRB provinsi, menjadikannya salah satu daerah dengan ketergantungan tertinggi terhadap sumber daya laut. Namun, ketimpangan akses dan lemahnya sistem pemasaran masih menjadi tantangan besar, terutama di kalangan nelayan kecil yang menggunakan alat tangkap tradisional (Zulaika, S., 2024)

Kecamatan Bonto Bahari di Kabupaten Bulukumba dikenal sebagai salah satu sentra perikanan tangkap tradisional dan daerah dengan potensi besar pada sektor wisata bahari. Berdasarkan data Dinas Perikanan Kabupaten Bulukumba (2024), terdapat sekitar 1.263 nelayan aktif di wilayah ini, di mana 13,5% di antaranya menggunakan alat tangkap panah. Jenis alat tangkap panah ini digunakan untuk menangkap ikan karang bernilai ekonomi tinggi seperti kerapu, baronang, dan kakap merah yang memiliki permintaan tinggi di sektor kuliner wisata di Tanjung Bira.

Aktivitas penangkapan ikan dengan alat tangkap panah memiliki nilai ekologis yang tinggi karena bersifat selektif dan ramah lingkungan, berbeda dengan alat tangkap massal seperti pukat cincin atau jaring insang. Namun, keterbatasan hasil tangkapan dan volume produksi menyebabkan nelayan panah memiliki skala usaha yang kecil. Rata-rata hasil tangkapan harian hanya 10–20 kg per trip, dengan fluktuasi pendapatan antara Rp 100.000–250.000 per hari, bergantung pada musim dan kondisi laut (Fatmawati et al., 2023).

Dari aspek pemasaran, penelitian Walinono (2021) menunjukkan bahwa sistem distribusi ikan di Bulukumba masih menggunakan rantai pemasaran relatif cukup panjang. Kondisi ini mengakibatkan margin keuntungan nelayan hanya berkisar 20–30% dari harga akhir di pasar. Di Bonto Bahari, sistem ini diperkuat oleh dominasi tengkulak lokal yang menguasai fasilitas penyimpanan ikan (*cold storage*) dan transportasi laut. Akibatnya, nelayan panah sulit menjual hasil tangkapannya secara langsung ke pasar atau restoran wisata meskipun harga eceran jauh lebih tinggi.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Bulukumba tahun 2024, volume produksi ikan karang di Kecamatan Bonto Bahari mencapai 372 ton per tahun atau mengalami peningkatan sebesar 8% dibandingkan tahun 2022.



peningkatan produksi tersebut hanya diikuti oleh kenaikan n sebesar 2%. Kondisi ini menunjukkan bahwa pertumbuhan liiringi dengan peningkatan kesejahteraan nelayan secara mengindikasikan adanya permasalahan dalam efektivitas sistem ngkapan. Selain itu, sekitar 65% nelayan di Kecamatan Bonto

Bahari masih memasarkan hasil tangkapan secara tunai langsung di dermaga tanpa didukung oleh sistem pencatatan transaksi maupun kepastian kontrak harga.

Penelitian sebelumnya oleh Mirnawati (2019) dan Baharuddin (2024) menyoroti bahwa keterbatasan teknologi penyimpanan dan transportasi laut menjadi penghambat utama dalam pengembangan rantai pasok hasil laut di wilayah Bulukumba. Produk tangkapan nelayan panah, yang bersifat mudah rusak dan bernilai tinggi, sering kali mengalami penurunan kualitas sebelum mencapai pasar. Hal ini menyebabkan penurunan harga hingga 15–20% di tingkat pengepul, terutama pada musim puncak tangkapan.

Selain aspek teknis, faktor sosial juga berpengaruh besar terhadap pola pemasaran. Sebagian besar nelayan panah di Bonto Bahari tidak memiliki organisasi atau koperasi yang berfungsi sebagai lembaga pengelola distribusi hasil tangkapan. Fatmawati et al. (2023) mencatat bahwa lebih dari 70% transaksi ikan di Tanah Beru dan Ara dilakukan secara individual tanpa kontrak harga, menyebabkan posisi tawar nelayan menjadi sangat lemah terhadap tengkulak. Minimnya literasi digital dan pengetahuan pemasaran modern juga menjadi kendala dalam memanfaatkan platform daring seperti marketplace atau media sosial untuk menjual hasil laut.

Dari sisi kebijakan, pemerintah daerah telah mendorong program penguatan ekonomi pesisir melalui Program Nelayan Mandiri (Pemkab Bulukumba, 2023), namun evaluasi lapangan menunjukkan program ini masih berfokus pada pengadaan alat tangkap dan belum menyentuh aspek pemasaran strategis. Padahal, penelitian Tandibura (2024) menegaskan bahwa peningkatan pendapatan nelayan akan lebih efektif bila disertai transformasi sistem pemasaran berbasis rantai nilai (*value chain*), bukan hanya peningkatan volume tangkapan.

Kesenjangan penelitian (*research gap*) terlihat jelas dari minimnya kajian ilmiah yang meneliti secara spesifik strategi pemasaran hasil tangkapan ikan dengan alat tangkap panah di Bonto Bahari. Studi-studi sebelumnya lebih menyoroti aspek teknis perikanan atau pemberdayaan nelayan, bukan dinamika pemasaran yang terkait langsung dengan jenis alat tangkap tradisional. Padahal, alat tangkap panah memiliki karakteristik hasil tangkapan yang khas dan pasar potensial yang berbeda, terutama di sektor wisata kuliner pesisir.

Dengan demikian, penelitian ini penting untuk mengkaji strategi pemasaran hasil tangkapan ikan dengan alat tangkap panah di Kecamatan Bonto Bahari secara komprehensif. Kajian ini tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga pada sistem pemasaran nelayan alat tangkap panah. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan model pemasaran berbasis komunitas nelayan kecil, sekaligus rekomendasi kebijakan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir di Bulukumba.



## 1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Hasil Tangkapan Ikan dengan Alat Tangkap Panah di Kecamatan Bonto Bahari, Kabupaten Bulukumba” adalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana saluran pemasaran hasil tangkapan ikan dengan alat tangkap panah yang digunakan oleh nelayan di Kecamatan Bonto Bahari, Kabupaten Bulukumba
- 1.2.2 Bagaimana tingkat efisiensi pemasaran dan pendapatan nelayan pada masing-masing saluran pemasaran hasil tangkapan ikan dengan alat tangkap panah di Kecamatan Bonto Bahari, Kabupaten Bulukumba
- 1.2.3 Faktor-faktor internal dan eksternal apa yang paling berpengaruh terhadap keberhasilan strategi pemasaran dan tingkat pendapatan nelayan alat tangkap panah di Kecamatan Bonto Bahari

## 1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang di angkat, tujuan penelitian ini sebagai berikut:

- 1.3.1 Untuk menganalisis saluran pemasaran hasil tangkapan ikan dengan alat tangkap panah yang digunakan oleh nelayan di Kecamatan Bonto Bahari, Kabupaten Bulukumba.
- 1.3.2 Untuk menganalisis tingkat efisiensi pemasaran dan pendapatan nelayan pada masing-masing saluran pemasaran hasil tangkapan ikan dengan alat tangkap panah di Kecamatan Bonto Bahari, Kabupaten Bulukumba
- 1.3.3 Untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang paling berpengaruh terhadap keberhasilan strategi pemasaran dan tingkat pendapatan nelayan alat tangkap panah di Kecamatan Bonto Bahari, Kabupaten Bulukumba.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan judul penelitian ini yaitu Strategi Pemasaran Hasil Tangkapan Ikan dengan Alat Tangkap Panah di Kecamatan Bonto Bahari, Kabupaten Bulukumba maka di dapatkan manfaat penelitian sebagai berikut

### 1.4.1 Bagi Nelayan

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat nyata bagi nelayan pengguna alat tangkap panah di Kecamatan Bonto Bahari. Melalui hasil penelitian ini, nelayan dapat memperoleh pemahaman baru tentang strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan nilai jual hasil tangkapan mereka. Strategi tersebut meliputi pengelolaan saluran distribusi, penentuan harga yang lebih kompetitif, serta pasar yang sesuai dengan karakteristik produk hasil tangkapan.

Manfaat akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur dalam bidang ilmu pemasaran perikanan, khususnya terkait pemasaran pada usaha perikanan tangkap tradisional.

Manfaat Daerah



Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan dan program pemberdayaan nelayan, khususnya dalam meningkatkan efisiensi pemasaran hasil tangkapan dan memperluas akses pasar bagi nelayan kecil.

#### 1.4.4 Bagi Peneliti Selanjutnya:

Penelitian ini menjadi referensi untuk penelitian lanjutan yang berkaitan dengan pemasaran hasil perikanan dan pengembangan usaha nelayan tradisional.



## BAB II METODE PENELITIAN

### 2.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Bonto Bahari, Kabupaten Bulukumba, Provinsi Sulawesi Selatan, yang meliputi Kelurahan Sapolohe, Kelurahan Tanah Beru, Kelurahan Tanah Lemo, Desa Ara dan Desa Bira. Wilayah tersebut dipilih karena merupakan kawasan pesisir dengan aktivitas penangkapan ikan menggunakan alat tangkap panah yang relatif tinggi, namun pemasaran hasil tangkapan ikan masih menghadapi berbagai kendala. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus hingga November 2025, yang mencakup tahapan persiapan, pengumpulan data, dan analisis data.

### 2.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan kombinasi kualitatif dan kuantitatif (*mixed methods*). Penelitian kombinasi (*mixed-methods*) adalah model penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengkombinasikan teknik, metode, cara pandang, konsep, maupun bahasa penelitian kuantitatif dan kualitatif dalam penelitian. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai strategi pemasaran hasil tangkapan ikan dengan alat tangkap panah di Kecamatan Bonto Bahari, Kabupaten Bulukumba.

Metode kualitatif digunakan untuk memahami secara mendalam perilaku, strategi, serta interaksi para nelayan dan pelaku pemasaran melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi di lapangan. Sementara itu, metode kuantitatif sederhana digunakan untuk mendukung analisis data melalui perhitungan rumus pemasaran seperti biaya pemasaran, margin pemasaran, efisiensi saluran pemasaran dan analisis Pendapatan, sehingga hasil penelitian tidak hanya bersifat deskriptif naratif tetapi juga memiliki dasar pengukuran numerik yang objektif.

Metode kualitatif dan kuantitatif saling berhubungan karena keduanya digunakan untuk saling melengkapi dalam penelitian. Metode kualitatif membantu peneliti memahami makna, pengalaman, dan perilaku masyarakat secara mendalam, sedangkan metode kuantitatif digunakan untuk mengukur data dengan angka agar hasilnya lebih objektif (Mulia, 2024).

### 2.3 Metode Penentuan Sampel



Sampling merupakan langkah krusial dalam penelitian karena teknik an menentukan sejauh mana hasil penelitian dapat memberikan lalam sesuai desain penelitian. Tahapan prosesnya meliputi populasi, identifikasi serta pemahaman karakteristik anggota an ukuran sampel dengan mempertimbangkan tingkat si yang diinginkan, rencana analisis data, serta ketersediaan

waktu, dana, dan tenaga, kemudian diakhiri dengan pemilihan teknik sampling yang paling sesuai dengan tujuan dan desain penelitian (Subhaktiyasa, 2024).

Dalam penelitian ini, penentuan responden dilakukan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik ini merupakan metode penarikan sampel non-probabilitas, di mana responden dipilih secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Responden ditetapkan berdasarkan beberapa kriteria, yaitu:

- 2.3.1 Nelayan yang menggunakan alat tangkap panah
- 2.3.2 Telah aktif melakukan kegiatan penangkapan ikan minimal selama satu tahun di wilayah Kecamatan Bonto Bahari
- 2.3.3 Terlibat langsung dalam kegiatan pemasaran hasil tangkapan, baik melalui penjualan langsung kepada konsumen maupun melalui pengumpul dan
- 2.3.4 Bersedia menjadi responden penelitian.

Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh sebanyak 10 orang nelayan sebagai responden. Jumlah ini dinilai memadai untuk penelitian dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif berskala kecil, mengingat fokus penelitian diarahkan pada penggalian informasi yang mendalam serta penyajian gambaran kuantitatif sederhana terkait strategi pemasaran hasil tangkapan ikan yang diterapkan oleh nelayan pengguna alat tangkap panah.

## 2.4 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 2.4.1 Observasi adalah Teknik pengambilan data dengan melihat langsung kondisi daerah sekitar.
- 2.4.2 Wawancara adalah Teknik pengambilan data dengan wawancara langsung kepada nelayan yang menggunakan alat tangkap panah yang ada di Kecamatan Bonto Bahari
- 2.4.3 Studi Pustaka adalah membandingkan data hasil yang didapat dari lapangan dengan data dari Pustaka.
- 2.4.4 Validasi Data adalah untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini akurat dan dapat dipercaya. Langkah yang dilakukan meliputi pengecekan sumber data agar berasal dari pihak yang relevan, pemeriksaan konsistensi antarjawaban responden, serta penerapan triangulasi sumber dan metode untuk membandingkan hasil wawancara, observasi, dan studi pustaka.

## 2.5 Sumber Data



Daftar sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:  
 Data primer diperoleh secara langsung dari sumber asli dari informan melalui wawancara untuk menunjang keakuratan data dimana informan merupakan responden penelitian ini. Data ini dapat berupa opini subyek (orang) secara langsung, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), dokumen, dan kejadian. Data Sekunder yang diperoleh berupa hasil wawancara

mendalam bersama responden dan data kusioner yang kemudian di olah menggunakan Analisis Data.

- 2.5.2 Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh atau dicatat pihak lain). Studi literatur berbagai buku, skripsi, internet.

## 2.6 Analisis Data

### 2.6.1 Deskriptif Kuantitatif

#### 1) Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran merupakan seluruh pengeluaran yang timbul dalam rangka kegiatan memasarkan produk kepada konsumen, termasuk di dalamnya biaya distribusi, promosi, dan penyimpanan. Menurut Swastha & Handoko (2021), biaya pemasaran adalah komponen penting dalam menentukan efektivitas dan efisiensi saluran distribusi karena mencerminkan besarnya sumber daya yang digunakan untuk mencapai target penjualan. Biaya pemasaran dirumuskan sebagai berikut:

$$B_p = B_{p1} + B_{p2} + B_{p3} + \dots + B_{pn} \quad (1)$$

Keterangan:

$B_p$  = Biaya Pemasaran  
 $B_{p1} + B_{p2} + \dots + B_{pn}$  = Biaya Pemasaran tiap lembaga pemasaran

#### 2) Margin pemasaran

Margin pemasaran didefinisikan sebagai selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen. Semakin besar margin pemasaran, semakin panjang rantai distribusi dan semakin banyak lembaga yang terlibat di dalamnya. Menurut Hanafiah & Saefuddin (2020), margin pemasaran menjadi indikator untuk menilai tingkat efisiensi rantai distribusi produk hasil perikanan. Adapun rumus margin pemasaran sebagai berikut:

$$M = H_j - H_b \quad (2)$$

Keterangan :

$M$  = Margin  
 $H_j$  = Harga jual  
 $H_b$  = Harga beli

#### 3) Efisiensi pemasaran



emasaran menunjukkan sejauh mana kegiatan pemasaran an produk dari produsen ke konsumen dengan biaya serendah ngurangi nilai manfaat produk. Menurut Kotler & Keller (2022), dikatakan efisien apabila biaya yang dikeluarkan relatif kecil an nilai produk yang dihasilkan.

Rumus Pemasaran :

$$Eps = \frac{C}{V} \times 100\% \quad (3)$$

Keterangan:

$Eps$  = Efisiensi pemasaran (%).

$C$  = Total biaya pemasaran (Rp)

$V$  = Nilai produk yang dipasarkan (Rp)

#### 4) Analisis Pendapatan

Analisis pendapatan digunakan untuk mengetahui tingkat keuntungan yang diperoleh nelayan dari kegiatan penangkapan ikan. Pendapatan dihitung sebagai selisih antara total penerimaan dan total biaya operasional. Menurut Sukirno (2021), pendapatan bersih mencerminkan kemampuan usaha dalam menghasilkan laba setelah seluruh biaya diperhitungkan. Analisis pendapatan dapat dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

Rumus I Pendapatan

$$\pi = TR - TC \quad (4)$$

Keterangan:

$\pi$  = Pendapatan

$TR$  = *Total Revenue* (Total Penerimaan)

$TC$  = Total Biaya

Rumus II Total Biaya

$$TC = FC + VC \quad (5)$$

Keterangan:

$TC$  = Total Biaya

$FC$  = Biaya Tetap

$VC$  = Biaya Variabel

Rumus III Penerimaan

$$TR = P \cdot Q \quad (6)$$

Keterangan:

$TR$  = *Total Revenue* (Total Penerimaan)

$P$  = Harga

$Q$  = Jumlah Hasil Tangkapan

#### 5) Skala Likert

Skala Likert digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, atau tingkat persetujuan terhadap suatu pernyataan. Menurut Sugiyono (2022), skala Likert menilai intensitas sikap seseorang terhadap suatu objek atau pernyataan dengan menempatkan dirinya pada skala nilai tertentu. Kategori skor yang digunakan adalah sebagai berikut:



- 3 = Netral  
 4 = Setuju  
 5 = Sangat setuju

### 2.6.2 Deskriptif Kualitatif

Penelitian kualitatif meyakini bahwa kebenaran itu sesuatu yang dinamis dan dapat ditemukan hanya melalui kajian terhadap orang-orang melalui interaksinya dengan keadaan sosial mereka. Penelitian deskriptif kualitatif menafsirkan dan menguraikan data yang ada bersamaan dengan situasi yang sedang terjadi. Jenis penelitian deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang memanfaatkan kualitatif dan dijabarkan secara deskriptif Moleong (2021).

Metode deskriptif kualitatif bertujuan untuk:

- Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada,
- Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku,
- Membuat perbandingan atau evaluasi,
- Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

Metode deskriptif ini digunakan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu, dalam hal ini bidang secara aktual dan cermat. Metode deskriptif bukan saja menjabarkan (analitis), tetapi juga memadukan. Bukan saja melakukan klasifikasi, tetapi juga organisasi. Metode deskriptif pada hakekatnya adalah mencari teori, bukan menguji teori. Metode ini menitik beratkan pada observasi dan suasana alamiah.

Jenis pendekatan penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif, yaitu suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki.

### 2.7 Definisi Oprasional

Untuk mengarahkan peneliti dalam melakukan penelitian dan untuk menyamakan persepsi penelitian, maka ditetapkan definisi oprasional sebagai berikut:

2.7.1 Nelayan adalah masyarakat yang melakukan kegiatan penangkapan ikan menggunakan alat tangkap panah di Kecamatan Bonto Bahari yang diukur



orang.

adalah lembaga pemasaran perantara yang membeli hasil an dari nelayan alat tangkap panah.

adalah lembaga pemasaran tingkat akhir yang membeli ikan dari angka panah atau pengumpul dengan standar mutu.

- 2.7.4 Alat tangkap panah adalah alat yang digunakan nelayan untuk menangkap ikan secara selektif dengan metode memamah di bawah air yang diukur dalam satuan unit.
- 2.7.5 Saluran pemasaran adalah jalur distribusi hasil tangkapan ikan dari nelayan alat tangkap panah hingga ke pembeli akhir.
- 2.7.6 Harga jual adalah nilai tukar ikan per kilogram yang diterima nelayan alat tangkap panah pada masing-masing saluran pemasaran dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).
- 2.7.7 Biaya pemasaran adalah seluruh biaya yang dikeluarkan nelayan alat tangkap panah dalam proses distribusi hasil tangkapan hingga sampai ke pembeli dalam satuan rupiah per bulan (Rp/bulan).
- 2.7.8 Efisiensi pemasaran adalah perbandingan total biaya pemasaran dan nilai produk yang dipasarkan dalam satuan persentase (%).
- 2.7.9 Total biaya produksi adalah seluruh biaya yang dikeluarkan nelayan alat tangkap panah dalam kegiatan penangkapan ikan yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variable yang diukur dalam satuan rupiah per bulan (Rp/bulan).
- 2.7.10 Total penerimaan adalah total penjualan nelayan alat tangkap panah sebelum dikurangi biaya produksi yang diukur dalam satuan rupiah per kilogram (Rp/kg).
- 2.7.11 Pendapatan adalah selisih antara total penerimaan dan total biaya produksi yang diperoleh nelayan alat tangkap panah dalam satu bulan dalam satuan rupiah per bulan (Rp/bulan).
- 2.7.12 Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam usaha nelayan alat tangkap panah yang memengaruhi strategi pemasaran dan pendapatan.
- 2.7.13 Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar usaha nelayan alat tangkap panah yang memengaruhi strategi pemasaran dan pendapatan.

