

Analisis Pemasaran Ikan Laut dalam Meningkatkan Pendapatan Nelayan di Kabupaten Sumba Barat Daya

¹ Karolus Wulla Rato, ² Erniati Bili, ³ Apliana Kaka, ⁴ Cristian Hartanto Solo, ⁵ Firgulus Bili,
Universitas Stella Maris Sumba

Alamat Surat

Email : rato.carlos123@gmail.com ^{1*}, erniatibili5@gmail.com ², aplianakaka367@gmail.com ³,
Solohar70@gmail.com ⁴, bilifirgo@gmail.com ⁵

ABSTRACT: *This study aims to analyze marine fish marketing strategies that can increase fishermen's income in Southwest Sumba Regency. The fisheries sector is one of the main sources of income for local communities, but the challenges of marketing fish products faced by fishermen often hinder the improvement of welfare. The method used in this study is a qualitative approach with in-depth interview techniques and direct observation in the field. The results of the study indicate that the marine fish marketing system in Southwest Sumba is still relatively simple, with the role of middlemen dominating the distribution channels. This causes the selling price of fish to be suboptimal and reduces fishermen's income. Recommended marketing strategies include introducing direct marketing techniques, improving the quality of fish products through processing technology, and building stronger partnerships between fishermen and the market. This study also found that the existence of fishermen's cooperatives can be an alternative to improving marketing access and increasing fishermen's bargaining power. With the implementation of a more efficient marketing strategy, it is hoped that fishermen's income in Southwest Sumba Regency can increase significantly.*

Keywords: *marketing, marine fish, fishermen's income, Southwest Sumba, cooperatives, strategy.*

ABSTRAK : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran ikan laut yang dapat meningkatkan pendapatan nelayan di Kabupaten Sumba Barat Daya. Sektor perikanan menjadi salah satu sumber utama pendapatan bagi masyarakat setempat, namun tantangan pemasaran produk ikan yang dihadapi oleh nelayan sering kali menghambat peningkatan kesejahteraan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara mendalam dan observasi langsung di lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pemasaran ikan laut yang ada di Sumba Barat Daya masih terbilang sederhana, dengan peran tengkulak yang mendominasi jalur distribusi. Hal ini menyebabkan harga jual ikan tidak optimal dan mengurangi pendapatan nelayan. Strategi pemasaran yang direkomendasikan antara lain adalah memperkenalkan teknik pemasaran langsung, peningkatan kualitas produk ikan melalui teknologi pengolahan, serta membangun kemitraan yang lebih kuat antara nelayan dan pasar. Penelitian ini juga menemukan bahwa keberadaan koperasi nelayan dapat menjadi alternatif untuk memperbaiki akses pemasaran dan meningkatkan daya tawar nelayan. Dengan penerapan strategi pemasaran yang lebih efisien, diharapkan pendapatan nelayan di Kabupaten Sumba Barat Daya dapat meningkat secara signifikan.

Kata kunci: pemasaran, ikan laut, pendapatan nelayan, Sumba Barat Daya, koperasi, strategi.

1. PENDAHULUAN

Kabupaten Sumba Barat Daya, yang terletak di Provinsi Nusa Tenggara Timur, memiliki potensi perikanan laut yang sangat besar. Sebagai daerah kepulauan, sebagian besar masyarakatnya bergantung pada sektor perikanan untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Nelayan di Kabupaten Sumba Barat Daya tidak hanya menangkap ikan untuk konsumsi lokal, tetapi juga mengandalkan hasil tangkapan mereka untuk dijual ke pasar, baik di tingkat lokal maupun regional. Namun, meskipun sektor perikanan memiliki potensi besar, nelayan di daerah ini sering menghadapi berbagai kendala dalam aspek pemasaran produk ikan laut mereka.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh nelayan adalah sistem pemasaran yang masih terbelang tradisional dan terpusat pada peran tengkulak sebagai pihak yang mengendalikan harga dan distribusi. Hal ini sering mengakibatkan harga jual ikan yang rendah bagi nelayan, sementara tengkulak atau pedagang besar mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Selain itu, nelayan juga terkendala oleh masalah minimnya akses ke pasar yang lebih luas dan kurangnya pengetahuan tentang teknik pemasaran yang efektif.

Keterbatasan dalam infrastruktur, baik dalam hal transportasi maupun fasilitas penyimpanan ikan, juga menjadi faktor penghambat dalam memperlancar distribusi ikan laut dari tempat penangkapan ke pasar. Di samping itu, faktor musim dan cuaca yang tidak menentu membuat hasil tangkapan ikan terkadang melimpah pada waktu tertentu dan menipis di waktu lain, yang mempengaruhi stabilitas pendapatan nelayan.

Oleh karena itu, analisis terhadap pemasaran ikan laut di Kabupaten Sumba Barat Daya menjadi sangat penting, guna merumuskan strategi yang dapat meningkatkan pendapatan nelayan. Peningkatan efisiensi pemasaran, penguatan jaringan distribusi, dan pembentukan kemitraan yang saling menguntungkan antara nelayan dan pelaku pasar menjadi beberapa aspek yang perlu mendapat perhatian. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran ikan laut serta menyarankan solusi untuk meningkatkan pendapatan nelayan melalui perbaikan dalam sistem pemasaran yang ada.

Diharapkan, dengan adanya analisis pemasaran yang lebih mendalam, nelayan di Kabupaten Sumba Barat Daya dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar, sehingga kesejahteraan mereka dapat meningkat secara signifikan.

2. METODE

Dalam jenis penelitian ini, metode penelitian deskriptif kualitatif digunakan. Saat menggunakan teknik kualitatif, tujuannya adalah mengumpulkan informasi sebanyak mungkin untuk menjelaskan sepenuhnya signifikansi suatu fenomena. Penelitian deskriptif didefinisikan sebagai penelitian yang memberikan gambaran menyeluruh tentang penyakit dan gejalanya. Pendekatan kualitatif merupakan metodologi penelitian yang menghasilkan data deskriptif. Daripada menggunakan angka atau statistik, pendekatan ini berkonsentrasi pada pengumpulan data deskriptif yang membantu peneliti memahami fenomena sosial atau perilaku manusia. Data ini menjadi pedoman untuk memastikan topik penelitian sesuai dengan kenyataan yang ada saat ini. Analisis Pemasaran Ikan Laut Dalam Meningkatkan Pendapatan Nelayan Di Kabupaten Sumba Barat Daya

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini merupakan analisis terhadap variabel budaya organisasi, kemampuan dan kinerja. Analisis ini diperoleh dari hasil jawaban responden terhadap masing-masing pernyataan yang diajukan. Hasil analisis deskriptif pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

1. Analisis Pemasaran Ikan Laut dalam Meningkatkan Pendapatan Nelayan di Kabupaten Sumba Barat Daya

Hasil kuesioner tentang Pemasaran Ikan Laut, dalam penelitian ini terdiri dari 8 pernyataan yang dijelaskan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Analisis Pemasaran Ikan Laut dalam Meningkatkan Pendapatan Nelayan di Kabupaten Sumba Barat Daya

Nomor Pernyataan	Mean	Keterangan
1	3.11	Kategori baik
2	3.19	Kategori baik
3	3.23	Kategori baik
4	2.73	Kategori cukup
5	3.27	Kategori baik
6	3.42	Kategori baik
7	3.38	Kategori baik
8	3.15	Kategori baik
9	3.19	Kategori baik
10	3.30	Kategori baik
11	3.15	Kategori baik
12	3.19	Kategori baik
13	3.35	Kategori baik
14	3.30	Kategori baik

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel diatas, maka hasil analisis untuk variabel strategis pemasaran ikan dapat dijelaskan secara detail sebagai berikut:

Pernyataan nomor 1: “Saya memasarkan ikan laut yang Anda tangkap?”, dari hasil penelitian menunjukkan mean sebesar 3,11 termasuk dalam kategori baik..

Pernyataan nomor 2: “Saya Seberapa sering Anda melakukan transaksi jual beli ikan”, dari hasil penelitian menunjukkan mean sebesar 3.19 termasuk dalam kategori baik.

Pernyataan nomor 3: “Apa faktor yang paling memengaruhi harga jual ikan yang Anda tangkap”, dari hasil penelitian menunjukkan mean sebesar 3.23 termasuk dalam kategori baik.

Pernyataan nomor 4: “Apakah Anda memiliki akses langsung ke pasar yang lebih luas (misalnya pasar regional atau ekspor”, dari hasil penelitian menunjukkan mean sebesar 2.73 termasuk dalam kategori cukup..

Pernyataan nomor 5: “Apakah Anda merasa harga ikan yang Anda dapatkan sesuai dengan kualitas ikan yang Anda tangkap, dari hasil penelitian menunjukkan mean sebesar 3.27 termasuk dalam kategori baik

Pernyataan nomor 6: “Apakah pemasaran ikan laut mempengaruhi pendapatan Anda”, dari hasil penelitian menunjukkan mean sebesar 3.42 termasuk dalam kategori baik.

Pernyataan nomor 7: “Saya selalu menghargai hasil kerja orang lain”, dari hasil penelitian menunjukkan mean sebesar 3.38 termasuk dalam kategori baik..

Pernyataan nomor 8: “Berdasarkan pengalaman Anda, apakah ada musim atau waktu tertentu di mana pendapatan Anda lebih tinggi, Saya selalu membantunya”, dari hasil penelitian menunjukkan mean sebesar 3.15 termasuk dalam kategori baik.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dalam penelitian ini, beberapa temuan utama terkait pemasaran ikan laut di Kabupaten Sumba Barat Daya dapat disimpulkan sebagai berikut: Sistem Pemasaran yang Sederhana dan Terbatas Mayoritas nelayan di Kabupaten Sumba Barat Daya masih mengandalkan sistem pemasaran yang sangat sederhana, yang didominasi oleh peran tengkulak. Dalam sistem ini, nelayan menjual ikan mereka kepada tengkulak atau pedagang pengumpul dengan harga yang cenderung lebih rendah dibandingkan harga jual di pasar yang lebih besar. Hal ini menyebabkan nelayan tidak mendapatkan harga yang optimal untuk hasil tangkapannya, yang pada akhirnya mempengaruhi pendapatan mereka.

Kurangnya Akses ke Pasar yang Lebih Luas Nelayan di daerah ini mengalami kesulitan dalam mengakses pasar yang lebih luas dan terorganisir. Infrastruktur yang terbatas, seperti transportasi yang kurang memadai dan kurangnya fasilitas pengolahan ikan, menghambat mereka untuk mengembangkan jaringan pemasaran yang lebih efisien. Akibatnya, mereka lebih sering bergantung pada perantara untuk menjual ikan mereka, yang tidak hanya mengurangi margin keuntungan, tetapi juga membatasi pengembangan usaha nelayan.

Fluktuasi Harga dan Ketidakpastian Pasokan Hasil tangkapan ikan yang fluktuatif, baik dalam jumlah maupun jenis, menyebabkan ketidakstabilan dalam pendapatan nelayan. Musim tertentu bisa membawa hasil tangkapan yang melimpah, namun pada musim lain, ikan yang ditangkap jauh lebih sedikit. Hal ini menyebabkan harga jual ikan menjadi tidak stabil, yang turut memengaruhi pendapatan nelayan. Selain itu, cuaca dan kondisi alam yang tidak menentu menjadi faktor eksternal yang turut memperburuk ketidakpastian tersebut.

Peran Koperasi dan Kemitraan sebagai Solusi Salah satu temuan penting dari penelitian ini adalah potensi koperasi nelayan sebagai alternatif dalam memperbaiki sistem pemasaran.

Koperasi dapat membantu nelayan dalam mendapatkan harga yang lebih baik untuk hasil tangkapannya dengan memotong peran tengkulak. Selain itu, dengan adanya kemitraan antara nelayan dan pasar atau pelaku usaha lainnya, pendapatan nelayan dapat meningkat. Kemitraan ini dapat berupa pengolahan ikan yang lebih baik, memperkenalkan produk ikan ke pasar yang lebih besar, atau menciptakan jaringan distribusi yang lebih efisien.

Pentingnya Peningkatan Pengetahuan Pemasaran Penelitian juga menemukan bahwa kurangnya pengetahuan pemasaran di kalangan nelayan turut menjadi hambatan dalam meningkatkan pendapatan mereka. Pendidikan dan pelatihan terkait pemasaran yang efisien, penggunaan teknologi dalam distribusi, serta cara-cara untuk menjaga kualitas ikan dapat membantu nelayan dalam menjual produk mereka dengan harga yang lebih tinggi dan mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

Perbaikan Infrastruktur dan Teknologi Pengolahan Salah satu solusi yang disarankan adalah perbaikan infrastruktur, seperti pembangunan jalan yang lebih baik untuk memudahkan distribusi ikan, serta fasilitas pengolahan ikan yang memadai untuk menjaga kualitas dan daya jual produk. Penggunaan teknologi pengolahan ikan yang lebih efisien juga bisa membantu nelayan dalam memperpanjang masa simpan ikan dan meningkatkan nilai jual produk olahan.

Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa untuk meningkatkan pendapatan nelayan di Kabupaten Sumba Barat Daya, diperlukan pendekatan yang lebih komprehensif dalam perbaikan sistem pemasaran, penguatan peran koperasi nelayan, dan peningkatan kualitas produk. Penerapan strategi pemasaran yang lebih modern, bersama dengan peningkatan pengetahuan nelayan tentang pemasaran dan pengolahan ikan, diharapkan dapat membuka peluang pasar yang lebih luas dan meningkatkan kesejahteraan mereka secara berkelanjutan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pemasaran ikan laut di Kabupaten Sumba Barat Daya, dapat disimpulkan bahwa sistem pemasaran yang ada saat ini masih menghadapi beberapa kendala yang mempengaruhi pendapatan nelayan. Sistem pemasaran ikan laut yang sederhana dan terpusat pada peran tengkulak menyebabkan harga ikan yang diterima nelayan tidak optimal. Selain itu, akses nelayan ke pasar yang lebih luas terbatas, dan fluktuasi harga ikan serta ketidakpastian pasokan menjadi tantangan utama yang mengurangi stabilitas pendapatan mereka. Faktor lain yang turut mempengaruhi adalah minimnya pengetahuan nelayan mengenai teknik pemasaran yang lebih efisien, serta keterbatasan infrastruktur yang mendukung distribusi dan pengolahan ikan.

Namun, penelitian ini juga menunjukkan adanya potensi perbaikan, terutama melalui penguatan peran koperasi nelayan dan kemitraan dengan pelaku pasar yang lebih besar. Koperasi dapat membantu nelayan memperoleh harga yang lebih baik dengan mengurangi peran tengkulak, sementara kemitraan dengan pedagang besar atau perusahaan dapat membuka akses pasar yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan nelayan. Selain itu, pengembangan infrastruktur dan peningkatan pengetahuan pemasaran menjadi kunci dalam meningkatkan efisiensi pemasaran dan kesejahteraan nelayan.

Saran

1. Peningkatan Akses ke Pasar Pemerintah dan pihak terkait disarankan untuk mengembangkan infrastruktur yang mendukung distribusi ikan, seperti peningkatan jalan, fasilitas penyimpanan, dan transportasi yang lebih efisien. Hal ini akan memudahkan nelayan untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing harga jual ikan.
1. Penguatan Koperasi Nelayan Diharapkan adanya penguatan dan pembinaan koperasi nelayan untuk meningkatkan daya tawar nelayan dalam pemasaran ikan. Koperasi dapat menjadi wadah bagi nelayan untuk menjual ikan dengan harga yang lebih adil dan mengurangi ketergantungan pada tengkulak atau pedagang perantara.
2. Pendidikan dan Pelatihan Pemasaran Peningkatan pengetahuan nelayan tentang teknik pemasaran yang lebih efektif, seperti pemasaran langsung dan penggunaan teknologi untuk memperkenalkan produk ikan, sangat penting. Program pelatihan dan pendampingan dalam hal ini harus didorong, baik oleh pemerintah maupun lembaga swasta.
3. Diversifikasi Produk dan Pengolahan Ikan Pengolahan ikan menjadi produk olahan yang memiliki nilai tambah, seperti ikan asin, filet ikan, atau produk berbasis ikan lainnya, dapat menjadi solusi untuk meningkatkan pendapatan nelayan. Pelatihan tentang pengolahan ikan dan pemberian akses ke fasilitas pengolahan yang memadai juga perlu diprioritaskan.
4. Kemitraan dengan Sektor Swasta Membangun kemitraan yang lebih kuat antara nelayan dan pedagang besar, supermarket, atau industri pengolahan ikan dapat membuka peluang pasar yang lebih luas. Perusahaan atau pedagang besar dapat membantu dalam hal pengolahan, distribusi, dan pemasaran ikan laut ke pasar yang lebih jauh.
5. Stabilisasi Harga dan Pengelolaan Risiko Untuk mengatasi fluktuasi harga ikan yang tinggi, diperlukan sistem yang lebih transparan dan stabil dalam hal harga ikan, serta

program asuransi bagi nelayan untuk mengurangi dampak dari ketidakpastian hasil tangkapan dan kondisi cuaca yang buruk.

Dengan penerapan saran-saran tersebut, diharapkan pendapatan nelayan di Kabupaten Sumba Barat Daya dapat meningkat secara signifikan, yang pada gilirannya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir dan memperkuat ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Fauzi, Akhmad. 2010. Ekonomi Perikanan. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Grafindo Persada. Ridwan, Ahmad Hasan. 2004. BMT dan Bank Islam. Bandung: Pustaka Bani Quraisy.
- Stanton, W.J. 1996. Prinsip Pemasaran Terjemahaan. Jakarta: Erlangga.
- Herman dan Sula, Muhammad Syakir. 2006. Syariah Marketing, Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Karolus Wulla Rato,2020. “Pengaruh Keadilan Organisasi Terhadap Komitmen Organisasi Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Mediasi. Jurnal Efisiensi. <https://journal.uny.ac.id/index.php/efisiensi/search/authors/view?firstName=Karolus&middleName=Wulla&lastName=Rato&affiliation=Stimikom%20Stella%20Maris%20Sumba&country=ID>
- Karolus Wulla Rato,2022 Relationship of Knowledge and Attitude with Mother's Actions on Stunting Incidents in Wali Ate Village, <https://midwifery.iocspublisher.org/index.php/midwifery/article/view/698>
- Mubyarto. 1995. Pengantar Ekonomi Pertanian. Jakarta: LP3ES.
- Mujahidin, Akhmad. 2013, Ekonomi Islam, Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara, dan Pasar. Jakarta: PT. Raja
- Sujarno, 2008. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Nelayan Di Kabupaten Langkat”. Thesis (Medan: Universitas Sumatra Utara) diakses dari repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/7165/1/09E00282.pdf pada tanggal 1 Januari 2024 Pukul 11.00. Sula,