

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki kuasa atas lautan dan perikanan (kaya ikan) yang luas. Dengan demikian, bangsa ini sudah memiliki kedudukan sebagai salah satu produsen akuakultur terbesar di dunia. Sektor perikanan merupakan salah satu sektor penting bagi masyarakat karena berpotensi sebagai penggerak utama ekonomi nasional. Output yang dihasilkan sektor perikanan cukup besar untuk memenuhi protein dan gizi, khususnya bagi penduduk Indonesia dan umumnya bagi masyarakat dunia (Badan Pusat Statistik, 2018).

Ikan memiliki banyak manfaat bagi kehidupan manusia. Selain terkenal dengan kandungan proteinnya yang cukup tinggi, ikan juga kaya akan asam lemak esensial yang bernama omega-3 yang tidak bisa diproduksi oleh tubuh manusia. Meski termasuk jenis lemak, omega-3 merupakan jenis lemak tak jenuh yang sangat bagus bagi kesehatan tubuh apabila dikonsumsi secara rutin. Selain itu, kandungan lemak jenuh dan kolesterol di dalam ikan tergolong sangat rendah dibandingkan dengan daging ayam atau daging sapi. Dalam 100 gram daging ikan, kandungan lemak jenuhnya tak lebih dari 1 gram. Hal ini membuat ikan seringkali diolah menjadi hidangan rendah lemak untuk menjaga berat badan tetap stabil (Ali Khomsan, 2018).

Tabel 1. Perbedaan gizi daging ikan, daging ayam, dan daging sapi per 100 gram

Kandungan Gizi	Ikan	Ayam	Sapi
Protein	23,3 gr	27,07 gr	26,33 gr
Total lemak	12 gr	13,49 gr	19,54 gr
Lemak Jenuh	0,2 gr	3,76 gr	7,73 gr
Zat Besi	0,3 mg	1 mg	2,6 mg
Kalori	84 kcal	237 kcal	288 kcal
Kolesterol	63 mg	85 mg	78 mg
Karbohidrat	0 g	0 gr	0 gr

Sumber: Peraturan Menteri Kesehatan No.30 Tahun 2014

Pertumbuhan sektor perikanan dan kelautan berasal dari produksi perikanan budidaya maupun perikanan tangkap. Selama ini, budidaya ikan air tawar lebih banyak dilakukan oleh para pembudidaya karena akses terhadap manajemen usaha, permodalan dan pasar yang lebih mudah dijangkau. Dalam rangka pembangunan yang merata, kegiatan budidaya perikanan air tawar dapat

dijadikan alternatif komoditi di bidang agroindustri yang cukup berprospek bila dikembangkan (Setiorini, 2008).

Seiring dengan peningkatan jumlah penduduk di Indonesia terutama di Jawa Barat dan kebutuhan akan bahan pangan serta gizi yang baik, permintaan ikan akan terus meningkat dari tahun ke tahun. Meningkatnya permintaan ikan tentunya memiliki makna positif bagi para pengembangan perikanan, khususnya bagi pembudidaya ikan, terlebih lagi bagi negara kepulauan seperti Indonesia yang potensial perairannya yang cukup luas (Lestari, 2015).

Tabel 2. Angka Konsumsi Ikan di Jawa Barat

Tahun	Angka Konsumsi Ikan (Kg/kapita)
2017	27,99
2018	29,64
2019	35,81

Sumber: Dinas Perikanan dan Kelautan Provinsi Jawa Barat, 2020

Upaya peningkatan produksi perikanan dapat dilakukan dengan meningkatkan produksi dari sektor perikanan budidaya. Perikanan budidaya di Indonesia juga memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan. Sektor perikanan budidaya jika dikelola dengan efisien dapat digunakan sebagai motor penggerak perekonomian dan penyerap tenaga kerja. Hal ini dikarenakan perikanan merupakan subsektor pertanian yang menjadi salah satu sumber ekonomi masyarakat Indonesia (Soekartawi, 2002).

Jawa Barat memiliki sumber daya perairan yang potensial dalam usaha perikanan yaitu sumberdaya perairan darat dan sumberdaya perairan laut. Kegiatan usaha perikanan darat meliputi kegiatan usaha budidaya ikan air tawar, budidaya ikan air payau dan perairan umum. Budidaya ikan air tawar merupakan salah satu bentuk budidaya perairan yang khusus membudidayakan ikan baik itu di kolam atau tempat lainnya guna menghasilkan bahan pangan dan meningkatkan ekonomi (Diskominfo Indramayu, 2020).

Kota Tasikmalaya memiliki jumlah produksi perikanan yang cukup tinggi untuk pembudidayaan kolam ikan dengan jumlah produksi perikanan mencapai lebih dari 600 ton pada tahun 2020. Hal ini karena di Tasikmalaya banyak pembudidaya yang membudidayakan ikan air tawar begitu pula dengan tingkat konsumsi ikan air tawar yang cukup tinggi (Dinas Perikanan dan Kelautan Provinsi Jawa Barat, 2021).

Tabel 3. Data Produksi Perikanan Budidaya di Tasikmalaya Tahun 2020

No	Kecamatan	Gurame (ton)	Patin (ton)	Lele (ton)	Nila (ton)	Ikan Mas (ton)
1	Cihideung	936	0	1.872	2.675	2.626
2	Cipedes	6.005	0	12.010	17.156	16.841
3	Tawang	1.316	0	2.632	3.759	3.690
4	Indihiang	6.916	2.594	13.832	19.759	19.396
5	Kawalu	10.723	4.021	21.446	30.635	30.074
6	Cibeureum	10.426	8.381	20.852	29.786	29.240
7	Tamansari	4.377	1.993	8.755	12.506	12.276
8	Mangkubumi	8.738	1.058	17.476	24.964	24.506
9	Bungursari	13.929	5.223	27.858	39.794	39.065
10	Purbaratu	10.607	4.471	21.215	30.305	29.749
TOTAL		73.973	27.741	147.948	211.339	207.463
TOTAL PRODUKSI						668.464

Sumber: Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian, dan Perikanan Kota Tasikmalaya, 2020

Tabel 3 menunjukkan data produksi perikanan budidaya tahun 2020 di Kota Tasikmalaya. Data tersebut menunjukkan bahwa ikan nila merupakan komoditas ikan dengan total produksi terbanyak jika dibandingkan dengan jenis ikan yang lain, yaitu sebanyak 211.339 ton. Selain itu, diantara 10 kecamatan di Kota Tasikmalaya, Kecamatan Bungursari menjadi kecamatan dengan penghasil Ikan Nila Nirwana terbanyak, yaitu sebanyak 39.794 ton.

Cibunigeulis Farm merupakan salah satu tempat budidaya pembesaran ikan nila di Kecamatan Bungursari. Jenis ikan nila yang dibudidaya adalah Ikan Nila Nirwana. Selain karena perkembangannya yang bagus dan memiliki daya tahan tubuh yang kuat, Ikan Nila Nirwana juga memiliki daging berwarna putih yang tebal, padat dan tidak berduri sehingga membuat pembudidaya tertarik untuk membudidayakan ikan nila jenis nirwana. Kelebihan tersebut diperoleh karena Ikan Nila Nirwana merupakan hasil perbaikan genetik yang dilakukan oleh Balai Pengembangan Benih Ikan Air Tawar (BPBIAT) Wanayasa, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat pada tahun 2006 (Dinas Perikanan dan Peternakan Kabupaten Bogor, 2011).

Pemasaran Ikan Nila Nirwana di Cibunigeulis Farm tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumen di Kecamatan Bungursari saja, tetapi juga memenuhi kebutuhan konsumsi ikan di Kota Tasikmalaya. Untuk menjangkau pasar yang lebih luas pembudidaya tidak hanya mengandalkan penjualan kepada konsumen. Maka dari itu, pemasaran Ikan Nila Nirwana di Cibunigeulis Farm

memerlukan beberapa lembaga pemasaran agar dapat menyalurkan produk dengan efisien.

Pemasaran merupakan suatu parameter untuk menilai berhasil tidaknya suatu usaha, karena tujuan akhir dari proses produksi adalah penjualan dengan mengharapkan keuntungan. Proses pemasaran memerlukan pihak lain yang disebut lembaga pemasaran, dimana lembaga pemasaran sangat mempengaruhi rantai pemasaran. Hal ini karena semakin banyak lembaga pemasaran dalam suatu rantai pemasaran, maka keuntungan yang akan diperoleh oleh pihak lembaga pemasaran maupun pembudidaya akan semakin kecil (Soekartawi, 2002).

Adanya lembaga pemasaran yang terlibat menyebabkan harga yang diterima pembudidaya dan dibayarkan oleh konsumen berbeda. Hal ini disebabkan karena adanya fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran. Setiap lembaga pemasaran akan melaksanakan fungsi pemasaran sesuai dengan kebutuhan masing-masing lembaga pemasaran. Agar fungsi-fungsi tersebut dapat tercapai, maka lembaga pemasaran membutuhkan biaya. Biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang diterima oleh lembaga pemasaran tersebut disebut dengan margin pemasaran. Semakin tinggi biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang didapatkan oleh lembaga pemasaran, maka akan semakin besar pula margin pemasarannya dan menyebabkan semakin kecil bagian yang diterima oleh pembudidaya. Dengan demikian, pembudidaya harus mampu memilih saluran pemasaran yang efisien untuk menunjang peningkatan usahataniya (Kohl dan Uhl, 2002).

Saluran pemasaran merupakan sekelompok organisasi yang saling bergantung dan terlibat dalam proses pemasaran produk untuk dikonsumsi. Saluran pemasaran dapat dibedakan menurut jumlah dan tingkatannya (tergantung seberapa panjang atau pendek saluran pemasaran tersebut (Philip Kotler, 2008).

Selama ini pembudidaya ikan di Cibunigeulis Farm tidak mengetahui secara pasti berapa keuntungan yang didapat setiap penjualan Ikan Nila Nirwana. Terjadinya tawar-menawar yang kuat diantara lembaga pemasaran akan mempengaruhi margin di tingkat lembaga pemasaran dan pembudidaya, yang pada akhirnya akan berpengaruh pada keuntungan yang diterima oleh lembaga pemasaran maupun pembudidaya. Besarnya margin pemasaran, bagian harga yang

diterima oleh pembudidaya (*farmer's share*), keuntungan dan biaya akan menentukan efisiensi pemasaran Ikan Nila Nirwana di Cibunigeulis Farm.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, maka perlu adanya penelitian terkait “**Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Ikan Nila Nirwana**”, dimana diharapkan dapat memberikan gambaran serta informasi terkait saluran pemasaran, fungsi pemasaran, besarnya biaya, keuntungan, margin pemasaran, *farmer's share*, dan efisiensi pemasaran Ikan Nila Nirwana di Cibunigeulis Farm.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan pada latar belakang, maka identifikasi masalah yang diperoleh adalah:

- 1) Bagaimana saluran pemasaran Ikan Nila Nirwana?
- 2) Apa saja fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran Ikan Nila Nirwana?
- 3) Berapa besar biaya, keuntungan, dan margin pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran Ikan Nila Nirwana?
- 4) Berapa besar bagian harga yang diterima oleh pembudidaya (*farmer's share*) pada masing-masing saluran pemasaran Ikan Nila Nirwana?
- 5) Bagaimana efisiensi pemasaran Ikan Nila Nirwana?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang diperoleh, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mengidentifikasi saluran pemasaran Ikan Nila Nirwana.
- 2) Mengidentifikasi fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran Ikan Nila Nirwana.
- 3) Menganalisis besarnya biaya, keuntungan dan margin pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran Ikan Nila Nirwana.
- 4) Menganalisis besarnya bagian harga yang diterima oleh pembudidaya (*farmer's share*) pada masing-masing saluran pemasaran Ikan Nila Nirwana.

- 5) Menganalisis efisiensi pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran Ikan Nila Nirwana.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak, yaitu sebagai berikut:

- 1) Peneliti, penelitian ini diterapkan untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan, sebagai wadah untuk pengembangan kemampuan dalam bidang penelitian, dan penerapan teori yang telah diperoleh di perkuliahan, serta salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Pembudidayaan.
- 2) Pembudidaya dan lembaga pemasaran, sebagai bahan informasi dan masukan untuk menunjang aktivitasnya dalam melaksanakan kegiatan pemasaran Ikan Nila Nirwana.
- 3) Pemerintah, sebagai informasi dan bahan pertimbangan dalam penyusunan kebijakan terutama yang berkaitan dengan pemasaran ikan nila.
- 4) Pembaca, dapat dijadikan sebagai sumber referensi untuk penelitian lanjutan yang berhubungan dengan penelitian ini.