

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Wilayah Indonesia memiliki potensi perikanan yang dapat dikembangkan, khususnya dibidang budidaya perikanan (Dwi Nugroho et al., 2017). Indonesia memiliki dua peran penting dalam dunia perikanan, yaitu sebagai produsen hasil perikanan dan juga sebagai konsumen produk perikanan global. Indonesia, dengan populasi penduduknya yang mencapai sekitar 240 juta orang, memiliki potensi sebagai pasar besar bagi berbagai produk dunia, termasuk produk perikanan. Oleh karena itu, produk perikanan nasional harus diakui dan diberi prioritas di pasar dalam negeri sebagai pondasi untuk berkompetisi dan berkembang di pasar internasional (Triyanti et al., 2012).

Potensi perikanan Indonesia adalah yang terbesar di dunia. Perikanan Indonesia dapat dibagi menjadi dua kategori utama berdasarkan metode produksinya, yaitu perikanan tangkap dan perikanan budidaya (Wantimpres, 2020). Dengan potensi produksi perikanan yang berkelanjutan mencapai sekitar 22,2 juta ton per tahun. Potensi produksi berkelanjutan perikanan tangkap laut adalah sekitar 6,9 juta ton per tahun, sementara perikanan tangkap di perairan darat seperti danau, sungai, waduk, dan rawa memiliki potensi sekitar 0,46 juta ton per tahun, sehingga total potensi produksi perikanan tangkap mencapai 7,36 juta ton per tahun. Sisanya, sekitar 14,84 juta ton per tahun merupakan potensi dalam perikanan budidaya, termasuk budidaya laut (*mariculture*), budidaya perairan payau (tambak), dan budidaya perairan tawar (darat) (Statistik Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2022).

Perikanan budidaya mempunyai kontribusi dalam mendukung usaha pemenuhan gizi protein hewani (Direktorat Jenderal Perikanan Budidaya, 2015). Sebagai salah satu sumber protein hewani, ikan juga mengandung asam lemak tak jenuh (Omega, yodium, selenium, flourida, zat besi, magnesium, zink, taurin, serta *coenzyme Q10*). Kandungan omega-3 pada ikan jauh lebih tinggi dibanding sumber protein hewani lain seperti daging sapi dan ayam (Kementerian Kesehatan, 2017). Berikut merupakan perbandingan gizi ayam, sapi, ikan, cumi dan udang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Perbandingan Gizi, Ayam, Sapi, Ikan, Cumi dan Udang

No	Gizi	Ayam	Sapi	Ikan	Cumi	Udang
1	Kalori	167	288	109	92	91
2	Protein	25,01 gr	26,33 gr	21,59 gr	16 gr	27,59 gr
3	Lemak	6,63 gr	19,54 gr	2,6 gr	1,4 gr	2,35 gr
4	Karbohidrat	0	0	0	3,08 gr	1,24 gr
5	Kalsium	14 mg	11 mg	0	32 mg	136 mg
6	Fosfor	200 mg	170 mg	0	200 mg	170 mg
7	Vit. A	161 IU	30 IU	0	33 IU	60 IU
8	Vit. C	0	0	0	4,7 mg	0

Sumber: Kementerian Kesehatan, 2017

Tabel 1. menjelaskan data perbandingan gizi ayam, sapi, ikan, cumi dan udang pada 2017, pada data tersebut bahwa ikan memiliki sumber protein yang cukup tinggi dengan tingkat kandungan lemak yang rendah. Permintaan ikan segar, udang/hewan air lain yang segar dan udang awetan di perkotaan lebih besar daripada di perdesaan, sedangkan permintaan udang atau hewan air lain yang diawetkan adalah sebaliknya. Jumlah anggota rumah tangga juga berpengaruh positif terhadap jumlah permintaan dan konsumsi ikan (Virgantari et al., 2011).

Tabel 2. Angka Konsumsi Ikan Jawa Barat

Tahun	Angka Konsumsi Ikan Jawa Barat (Kg/Kapita)
2020	37,10
2021	38,78
2022	40,76

Sumber: Dinas Perikanan dan Kelautan Provinsi Jawa Barat, 2023

Tasikmalaya memiliki jumlah produksi perikanan budidaya yang tinggi dengan jumlah produksi 10.000 Ton pada tahun 2022. Hal ini terjadi karena banyaknya pembudidaya ikan serta tingkat konsumsi ikan air tawar yang begitu tinggi (Dinas Ketahanan Pangan Kota Tasikmalaya, 2023). Data tersebut terdiri dari beberapa kecamatan di Kota Tasikmalaya yang dapat dilihat pada Tabel 3

Tabel 3. Statistik Perikanan Budidaya Tasikmalaya Tahun 2022

No	Kecamatan	Komoditas ton					Jumlah
		Nila	Gurame	Tawes	Nilem	Lele	
1	Cihideung	29,62	9,46		15,82	18,91	73,81
2	Tawang	41,63	13,29	47,35	22,24	26,58	151,09
3	Cipedes	189,99	60,66	66,38	101,51	121,32	539,86
4	Indihiang	218,81	69,86	228,34	116,90	139,72	773,63
5	Cibeureum	329,85	105,31	131,65	176,23	210,63	953,67
6	Tamansari	138,49	44,22	66,27	73,99	88,43	411,4
7	Kawalu	339,26	108,32	229,67	181,26	216,64	1075,15
8	Mangkubumi	276,46	88,27	181,75	147,70	176,54	870,72
9	Bungursari	440,69	140,70	110,63	235,45	281,41	1208,88
10	Purbaratu	335,60	107,15	44,25	179,30	214,30	880,6
Jumlah		2.340,40	747,24	1.106,29	1.250,40	1.494,48	6.988,81

Sumber: Dinas Ketahanan Pangan, Pertanian, dan Perikanan Kota Tasikmalaya, 2023

Tabel 3. menjelaskan data produksi perikanan budidaya di Tasikmalaya pada tahun 2022, pada data tersebut bahwa ikan lele merupakan salah satu ikan budidaya dengan produksi terbanyak kedua setelah produksi ikan nila di kota Tasikmalaya, yaitu sebanyak 1.494,50 ton. Kecamatan Mangkubumi cukup berkontribusi dalam produksi Ikan Lele yaitu 176,54 ton.

Kelompok Budidaya Ikan Serbaguna di Kampung Nangela RT02 RW06 Kelurahan Cigantang Kecamatan mangkubumi Kota Tasikmalaya adalah pembudidaya ikan lele berukuran konsumsi baik dari jenis Lele Dumbo (*Clarias Gariepinus*). maupun ikan Lele Sangkuriang (*Clarias Gariepinus var*). Ikan lele Dumbo selain ukurannya yang lebih besar dibandingkan dengan lele lokal, Ikan Lele dumbo juga memiliki masa pertumbuhan yang lebih cepat serta memiliki resistensi terhadap penyakit yang tinggi. Selain itu kelompok Budidaya Ikan Serbaguna ini sendiri telah mendapatkan penghargaan Adibhakti Mina Bahari sebagai Kelompok Budidaya Ikan lele terbaik Ke-2 Se Jawa Barat tahun 2013 dan 2016, juga merupakan kelompok budidaya ikan terbaik Kota Tasikmalaya tahun 2015.

Kelompok Budidaya Ikan Serbaguna menggunakan sistem pemanenan berkelanjutan, sehingga hasil produksi Ikan Lele dibeli langsung oleh pedagang

pengumpul secara rutin setiap kali pemanenan. Rotasi panen adalah waktu yang diperlukan antara panen terakhir sampai panen berikutnya pada tempat yang sama (Maulinasdia dan Afrillah, 2023). Jangka waktu rotasi panen di Kelompok Budidaya Ikan Serbaguna sendiri adalah tujuh hari. Hal ini dapat membuat ketersediaan stok pasar dan kelancaran penjualan ikan lele dumbo terjaga. Peningkatan yang signifikan dalam volume penjualan produk hubungan yang erat antara ketersediaan stok dan kelancaran penjualan (Stephanie et al., 2022)

Pemasaran merupakan aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran (*offerings*) yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum (Rownd & Heath, 2008). Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai satu sama lain (Kotler, 2000).

Konsentrasi pasar melibatkan seberapa banyak orang yang membeli dan menjual barang serta distribusi ukuran relatif mereka di suatu pasar. Pada umumnya agar produk yang dihasilkan sampai dari produsen ke konsumen terdapat komponen lembaga pemasaran yang terdiri dari pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pengecer (Saediman et al., 2021). Keterlibatan pedagang perantara dapat menyebabkan perbedaan yang signifikan antara harga yang diterima petani dan yang dibayarkan oleh konsumen. Perbedaan ini muncul karena perantara melibatkan fungsi-fungsi tertentu, seperti fungsi pertukaran (*exchange*), penyediaan fisik dan logistik, serta pemberian fasilitas (*facilitating function*), yang semuanya menciptakan biaya pemasaran (Nathan et al, 2012).

Selama ini pembudidaya ikan lele dumbo di Kelompok Budidaya Ikan Serbaguna merasa saluran pemasaran yang sudah dilakukan pada setiap penjualan Ikan Lele Dumbo masih dirasa kurang efisien dan menjadikan posisi pembudidaya lemah sebagai penentu harga jual. Sifat dasar produk perikanan yang mudah rusak (*perisable*) serta adanya jarak antara lokasi pembudidaya dan lokasi konsumen dapat menyebabkan berkurangnya kualitas ikan dan menimbulkan biaya untuk memasarkan ikan. Terjadinya tawar-menawar antar 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, biaya dan perbandingan total keuntungan bersih dibanding total biaya (*Profitability indeks*) akan menentukan efisiensi pemasaran pada setiap Lembaga pemasaran Ikan Lele Dumbo di Kelompok Budidaya Ikan Serbaguna Kecamatan Mangkubumi.

Berdasarkan uraian permasalahan, maka diperlukan penelitian terkait “Analisis Saluran dan Margin Pemasaran Ikan Lele”, dimana diharapkan dapat memberikan gambaran serta informasi terkait saluran pemasaran, fungsi pemasaran, besarnya biaya, keuntungan, margin pemasaran, *farmer's share*, indeks profitabilitas tiap Lembaga, dan efisiensi pemasaran ikan lele di Kelompok Budidaya Ikan Serbaguna Kecamatan Mangkubumi.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari penjabaran latar belakang, dapat ditemukan beberapa masalah yang perlu diidentifikasi, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran pemasaran dan fungsi pemasaran ikan lele dumbo pada Kelompok Budidaya Ikan Serbaguna ?
2. Berapa biaya, keuntungan, margin, dan indeks profitabilitas, yang terjadi dalam setiap lembaga pemasaran ikan lele dumbo?
3. Berapa besarnya *farmer's share* yang diterima pembudidaya ikan lele dumbo?
4. Bagaimana efisiensi pemasaran dalam tiap saluran pemasaran ikan lele dumbo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Identifikasi maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pola saluran pemasaran ikan lele dumbo dan Mendeskripsikan fungsi-fungsi pemasaran dilakukan oleh lembaga pemasaran pada setiap saluran pemasaran ikan lele dumbo pada Kelompok Budidaya Ikan Serbaguna.
2. Mengetahui total biaya, keuntungan, margin dan indeks profitabilitas pemasaran yang terjadi dalam setiap saluran pemasaran ikan lele dumbo.
3. Mengetahui *farmer's share* pada masing-masing saluran pemasaran ikan lele dumbo.
4. Mengetahui tingkat efisiensi pemasaran dalam pelaksanaan pemasaran dalam tiap saluran pemasaran ikan lele dumbo.

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 Petanian.
2. Pembudidaya dan lembaga pemasaran, sebagai bahan informasi dan masukan untuk menunjang aktivitasnya dalam melaksanakan kegiatan pemasaran ikan lele.
3. Pemerintah, sebagai informasi dan bahan pertimbangan dalam penyusunan kebijakan terutama yang berkaitan dengan pemasaran ikan lele dumbo
4. Pembaca, dapat dijadikan sebagai sumber referensi untuk penelitian lanjutan yang terkait dengan penelitian ini.