

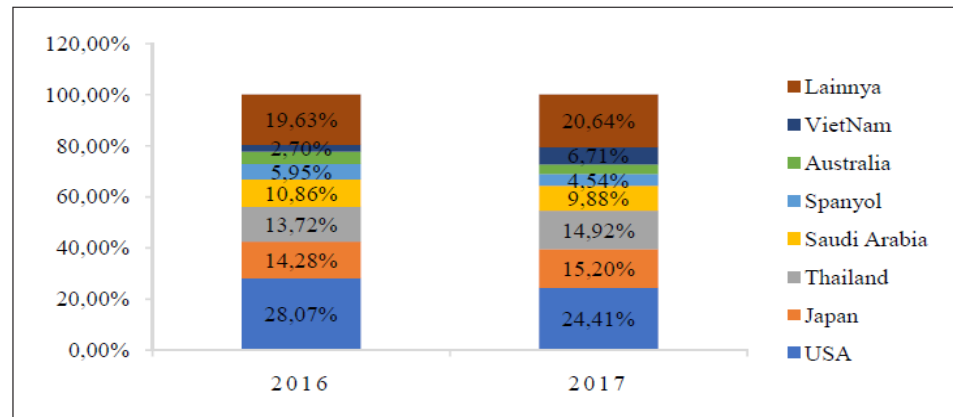
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Komoditas Ikan Tuna menduduki tempat yang sejajar dengan komoditas perikanan lainnya, seperti Ikan Tongkol dan Ikan Cakalang. Sebagai komoditas penghasil devisa Negara, produksi Ikan Tuna di Indonesia tidak saja memenuhi kebutuhan dalam negeri namun juga atas produksi Ikan tuna yang tidak terserap di dalam negeri di ekspor ke luar negeri. Komoditi Ikan Tuna ini dijadikan salah satu komoditi unggulan, namun dalam banyak kenyataan masih sering dijumpai kelemahan dalam mengembangkannya disebabkan oleh kurang perhatiannya terhadap masalah-masalah pemasaran. Menurut Sudiyono (2002) dalam pemasaran komoditas seringkali dijumpai rantai pemasaran yang panjang, sehingga banyak lembaga pemasaran yang dilibatkan dalam rantai pemasaran.

Nilai ekspor tuna menyumbang rata-rata 14% dari total nilai ekspor perikanan, sehingga berperan dalam menyumbang devisa bagi perekonomian nasional yang masih potensial untuk terus ditingkatkan. Peningkatan ekspor tuna dapat disebabkan karena konsumsi ikan di dunia yang terus mengalami peningkatan setiap tahunnya, Data FAO (2018) menunjukkan bahwa peningkatan *supply* ikan untuk kebutuhan konsumsi manusia mengalami pertumbuhan rata-rata 3,2% pertahun.



Sumber: Data Operasional BKIPM, 2018

Gambar 1. Sebaran ekspor Tuna berdasarkan negara tujuan tahun 2016-2017

Gambar diatas menunjukkan bahwa Konsumsi ikan tuna di dunia memiliki kecenderungan terus meningkat sehingga menyebabkan peluang peningkatan ekspor ikan tuna masih terbuka lebar. Permintaan ikan tuna di dunia terus mengalami peningkatan yang digerakkan oleh peningkatan permintaan untuk produk tuna kaleng dan tuna untuk sushi dan sashimi terutama pada pasar-pasar non tradisional seperti Asia Timur, China, Asia Selatan dan Amerika Latin (FAO, 2016). Tingginya peluang ekspor membuat para eksportir membuka lebar jalan para supply ikan tuna dengan persaingan harga yang semakin tinggi, hal ini memberikan peluang terjadinya rantai distribusi yang terlalu panjang sehingga menyebabkan besarnya biaya distribusi atau margin pemasaran yang tinggi. Penelitian Macfadyen, Huntington, Caillart & Defaux (2016) menunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara utama penghasil tuna di dunia pada tahun 2014 dengan total produksi mencapai 653.404 ton.

Pemerintah melalui kementerian perikanan dan kelautan menetapkan bahwa ikan tuna menjadi potensi besar dengan kualitas tinggi sebagai potensi perikanan dalam menopang perekonomian Gorontalo. Akan tetapi, saat ini produksi ikan tuna dari hasil tangkapan nelayan di Gorontalo hanya dikirim antar pulau ke sejumlah daerah seperti Makassar, Surabaya, Jakarta, dan Bali. Jumlah produksi perikanan tangkap sebesar 147.399 ton dan perikanan budidaya sebesar 57.561 ton untuk perikanan umum (BPS Gorontalo 2020). Mengingat potensi perikanan Gorontalo sangat baik dibuktikan dengan banyaknya permintaan dari daerah tetangga, sehingga ini pun menjadi potensi yang besar untuk provinsi Gorontalo melakukan ekspor ke luar negeri, akan tetapi dengan adanya angka permintaan ikan tuna semakin meningkat maka justru menyebabkan terjadinya fluktuasi harga yang terlalu tinggi yang dapat memberatkan daya beli masyarakat sehingga dapat merugikan para nelayan.

Kabupaten Gorontalo tepatnya pada Kecamatan Bilato Desa Pelehu merupakan salah satu kabupaten penghasil Ikan Tuna bahkan pernah mendapat julukan nama “Kolam Tuna” karena memiliki hasil tangkap Tuna yang lumayan banyak dalam perharinya tergantung musimnya. Hasil tangkapan para nelayan tersebut akan di masukkan ke pedagang pengumpul yang ada di Desa Pelehu, di Desa ini memiliki 2 pedagang pengepul/pengumpul yang akan melakukan pengiriman ke luar provinsi dan dalam perusahaan-perusahaan tertentu yang ada di kota Gorontalo seperti PT. Camar Laut. Rantai distribusi pada Desa ini cukup panjang sehingga dapat berdampak terhadap besarnya margin pemasaran di setiap saluran distribusi

karena besarnya biaya margin pemasaran dianggap sebagai keuntungan pedagang yang dapat menyebabkan daya beli masyarakat menurun karena harga di setiap pelaku pasar semakin tinggi. Informasi harga yang diterima produsen seringkali terdapat perbedaan harga dengan harga pasar karena produsen hanya fokus terhadap harga yang ada pada saluran pertama yaitu pedagang pengumpul, sementara pedagang pengumpul mendapatkan informasi yang lebih cepat dari lembaga pemasaran lainnya.

Harga antara produsen/nelayan dengan pedagang pengumpul memiliki harga tertentu dibandingkan dengan saluran lainnya yang dapat memberikan kerugian terhadap para nelayan itu sendiri. Sehingga dalam hal ini perlu diketahui saluran distribusinya lebih detail sehingga dapat menghitung berapa besar margin pemasaran atau keuntungan yang ada pada setiap tingkatan saluran distribusi dari nelayan Ikan Tuna tersebut. Dengan ini peneliti mengambil Judul penelitian yaitu “ANALISIS MARGIN PEMASARAN IKAN TUNA DI DESA PELEHU KECAMATAN BILATO KABUPATEN GORONTALO”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas maka dapat ditarik rumusan masalah :

1. Bagaimanakah saluran distribusi Ikan Tuna di Desa Pelehu ?
2. Berapa Besar Margin Pemasaran Ikan Tuna yang terdapat dalam masing-masing tingkat saluran distribusi ikan tuna di Desa Pelehu ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis, mengkaji dan mengetahui mengenai berapa besar Margin pemasaran Ikan Tuna yang ada di Desa Pelehu.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dengan penelitian ini adalah :

1. Memberikan informasi mengenai saluran-saluran dalam pendistribusian pemasaran para nelayan ikan tuna di Desa Pelehu.
2. Memberikan informasi mengenai margin pemasaran melalui saluran pendistribusian ikan tuna.
3. Memberikan informasi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian lanjutan di bidang margin pemasaran.