

## **I. PENDAHULUAN**

### **A. Latar belakang**

Indonesia merupakan negara kepulauan dan memiliki wilayah perairan yang sangat luas, didalamnya terdapat sumberdaya laut yang sangat melimpah. Pemanfaatan sumber daya laut bertujuan untuk mencukupi kebutuhan dan meningkatkan kesejahteraan manusia (Darsono 1999). Indonesia juga memiliki hak pengelolaan dan pemanfaatan ikan di Zona Ekonomi Eksklusif (ZEE), yaitu perairan yang berada 12 hingga 200 mil dari garis pantai titik – titik terluar kepulauan Indonesia (Subekti, 2010). Hal ini menjadikan perairan Indonesia memiliki potensi sangat besar dalam sumbangan pendapatan negara dan dapat mensejahterahkan para nelayan apabila dimanfaatkan dan dikelola secara optimal yaitu dalam bidang perikanan.

Potensi lestari perikanan laut Indonesia kurang lebih 6,4 juta ton per tahun terdiri dari ikan palagis besar (1,16 juta ton), palagis kecil (3,6 juta ton), demersal (1,36 juta ton), udang penaeid (0,094 juta ton), lobster (0,004 juta ton), cumi – cumi (0,028 juta ton) dan ikan – ikan karang konsumsi (0,14 juta ton). Dari potensi tersebut jumlah tangkapan yang dibolehkan (JTB) sebanyak 5,12 juta ton per tahun, atau sekitar 80% dari potensi lestari (Lasabuda 2013). Perikanan meliputi perikanan budidaya dan perikanan tangkapan. Menurut Ditjen Perikanan Tangkap produksi perikanan tangkap di Indonesia tahun 2016 sebanyak 6.351.480 ton.

Ikan tuna merupakan salah satu jenis hasil perikanan tangkap yang banyak dijual melalui tempat pelelangan ikan. Menurut Siombo (2010) Ikan tuna

termasuk kelompok jenis ikan yang beruaya jauh (*highly migratory fish stock* atau *transboundary fish stock*) dan beruaya terbatas antara Zona Ekonomi Eksklusif Indonesia (ZEEI) dan laut lepas (*straddling fish stocks*). Ikan tuna memiliki kemampuan renang hingga 80 km per jam. Hal ini merupakan salah satu faktor penyebaran ikan tuna yang cukup luas, termasuk diantaranya beberapa spesies yang dapat menyebar dan bermigrasi lintas samudera (Prisantoso 2012). Salah satunya yaitu ikan tuna sirip kuning, dimana memiliki berbagai manfaat yang baik apabila dikonsumsi bagi tubuh sehingga ikan tuna sirip kuning memiliki nilai jual yang tinggi dibandingkan dengan komoditas ikan lainnya.

Salah satu daerah di Indonesia yang merupakan daerah penghasil ikan tuna sirip kuning adalah Kota Jayapura. Dimana Kota Jayapura memberikan kontribusi produksi ikan tuna sebesar 3,63% dari total tangkapan ikan tuna di Indonesia tahun 2016 sebesar 600 ton (Simorangkir 2017). Hal ini dapat dilihat dari produksi perikanan tangkap ikan tuna di Kota Jayapura tahun 2016 sebesar 21.769,38 ton (Dinas Kelautan dan Perikanan Kota Jayapura, 2018). Dari hasil produksi tersebut apabila dikelola dengan baik dapat memenuhi kebutuhan dan permintaan ikan tuna di Kota Jayapura.

Salah satu upaya untuk memanfaatkan potensi ini yaitu melalui penyediaan sarana dan prasarana yang memadai dengan adanya Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI). Menurut Tridjoko (2005) dalam Haro (2014), Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) merupakan tempat bertambat dan labuh kapal perikanan, sebagai tempat pendaratan hasil tangkapan atau bongkar muat, dan melelang atau menjual hasil tangkapan. Setelah melaut nelayan mendaratkan hasil tangkapan ikan yang diperoleh di PPI kemudian dari PPI nelayan melelang ikan tuna sirip kuning kepada pedagang pengumpul di Tempat Pelelangan Ikan (TPI). Harga yang didapatkan sesuai kesepakatan antara nelayan dengan pedagang pengumpul. Selain itu juga ada beberapa nelayan yang menjual ikan tuna sirip kuning tanpa melalui sistem lelang.

Dalam usaha perikanan ikan tuna sirip kuning, yang merupakan faktor penting yaitu dimana nelayan mendapatkan harga yang layak. Pemasaran ikan tuna sirip kuning melibatkan beberapa lembaga pemasaran untuk menyalurkan produk ikan tuna sirip kuning hingga ke tangan konsumen. Banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat mengakibatkan biaya pemasaran menjadi besar, karena setiap lembaga pemasaran ingin mendapatkan keuntungan untuk menutup biaya – biaya yang telah dikeluarkan. Besarnya biaya dan keuntungan pemasaran ditingkat pedagang perantara merupakan komponen pembentukan harga akhir di tingkat konsumen.

Potensi ikan tuna sirip kuning di Kota Jayapura harus didukung dengan pemasaran yang baik. Ikan tuna sirip kuning yang dipasarkan melalui TPI berupa baby tuna sirip kuning. Terdapat tiga ukuran baby tuna sirip kuning yang dipasarkan yaitu, ukuran besar, ukuran sedang dan ukuran kecil. Panjang pendeknya saluran pemasaran ikan tuna sirip kuning dipengaruhi oleh banyak sedikitnya pedagang perantara yang terlibat. Semakin banyaknya pedagang perantara yang terlibat, maka akan semakin tinggi selisih harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan yang diterima oleh nelayan. Dengan kata lain margin pemasaran semakin tinggi. Hal ini menunjukkan tingginya biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang didapatkan oleh setiap lembaga pemasaran. Oleh karena itu bagian yang diterima oleh nelayan relatif rendah. Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat beberapa permasalahan yaitu:

1. Bagaimanakah saluran pemasaran ikan tuna sirip kuning di Kota Jayapura?
2. Seberapa besar margin, biaya dan keuntungan pemasaran ikan tuna sirip kuning di Kota Jayapura?
3. Bagaimana tingkat efisiensi pemasaran ikan tuna sirip kuning secara ekonomis di Kota Jayapura?

## **B. Tujuan**

1. Mendeskripsikan saluran pemasaran ikan tuna sirip kuning di Kota Jayapura.

2. Menghitung margin, biaya dan keuntungan pemasaran ikan tuna sirip kuning di Kota Jayapura.
3. Mengetahui efisiensi pemasaran ikan tuna sirip kuning di Kota Jayapura.

**C. Kegunaan**

1. Bagi Pemerintah, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan, informasi dan evaluasi dalam menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan masalah perikanan khususnya pemasaran ikan laut.
2. Bagi pihak lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai tambahan informasi dan bahan perbandingan lain di bidang perikanan khususnya pemasaran ikan laut.