

# Analisis Strategi pendapatan dan Pemasaran Hasil Tangkap Ikan Nelayan Tradisional Di Desa Lapakaka Kecamatan Mallusetasi Kabupaten Barru

Hariatih

<sup>1</sup>Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia,  
Indonesia

E-mail: [hariatih@stienobel-indonesia.ac.id](mailto:hariatih@stienobel-indonesia.ac.id)

## Abstrak

Perikanan menjadi ujung tombak pada peningkatan kesejahteraan nelayan guna mewujudkan masyarakat adil dan makmur. di kabupaten Barru terkhususnya didesa Lapakaka yang penduduknya banyak bergantung pada perekonomian di bidang perikanan, penelitian ini bertujuan merancang strategi pemasaran hasil tangkap ikan dengan menggunakan analisis pendapatan dan SWOT, hasil Nelayan pada umumnya memiliki pendapatan yang tidak menentu dari hasil tangkapan melaut. Hasil Pendapatan (TR-TC) merupakan total pendapatan dari pendapatan dikurangi dengan biaya dan hasil Strategi SWOT menunjukkan bahwa sumbu  $X > 0$  yaitu 0,3 sedangkan untuk sumbu  $Y > 0$  yaitu 1,85 hal ini jelas posisi strategi pendapatan dan pemasaran Nelayan Tradisional Hasil tangkap ikan berada pada kuadran I S-O kekuatan dan peluang (Strenght-Opportunity) yaitu strategi Agresif dimana situasi yang sangat menguntungkan. bersih cara memperolehnya sama halnya dengan mencari nilai pendapatan rata-rata Nelayan lapakaka.

Kata Kunci: Pendapatan, Pemasaran, Analisis SWOT

## Abstract

*Fisheries are the spearhead in improving the welfare of fishermen in order to create a just and prosperous society. in the district of Barru especially in the village of which the population depends a lot on the economy in the field of fisheries. This study aims to design a marketing strategy for fish catches using income analysis and SWOT, fishermen generally have uncertain incomes from fishing. Revenue Results (TR-TC) is the total income from income minus costs and the results of the SWOT Strategy show that the X axis  $> 0$  is 0.3 while for the Y axis  $> 0$  which is 1.85, this is clearly the position of the income and marketing strategy of Traditional Fishermen. fishing is in the I S-O quadrant of strengths and opportunities (Strenght-Opportunity), which is an aggressive strategy where the situation is very profitable. net method of obtaining it is the same as finding the value of the average income of lapakaka fishermen.*

*Keywords: Revenue, Marketing, SWOT Analysis*

## 1. Introduction

### Latar Belakang

Indonesia memiliki kekayaan sumber daya alam yang sangat melimpah baik didarat maupun dilaut yang dimana Indonesia terkenal dengan simbol Negara kepulauan yang tentunya sangat berdampak pada

Sumber daya dan tenaga yang dimiliki oleh masyarakat, disamping itu modal juga sangat penting dalam mengembangkan usaha-usaha yang ada, dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat terutama usaha di bidang perikanan. Perikanan adalah salah satu sumber kegiatan perekonomian, yang tentunya sangat berdampak bagi pada elastibilitas perekonomian di Negara kita yang dimana manusia mengusahakan sumber daya alam perikanan yang di manfaat sebesar-besarnya bagi kesejahteraan masyarakat pada umumnya. Perikanan menjadi ujung tombak pada peningkatan kesejahteraan nelayan dan petani ikan guna mewujudkan masyarakat adil dan makmur. Yang tentunya diupayakan pencapaian pembangunan ekonomi sumber daya perikanan laut kedepan, juga tidak terlepas dari tersedianya sarana dan prasarana yang memadai seperti halnya apa yang menjadi kebutuhan nelayan seperti ketersediaan pangkalan pendaratan ikan sebagaimana tempat bersandarnya kapal untuk melakukan bongkar muat hasil tangkapan ikan atau pengambilan bahan pembekalan kegiatan penangkapan ikan, selain itu juga sebagai tempat sarana transaksi penjualan yang diketahui bahwa Nelayan juga memberikan ikannya kepada para pengepul dan toke-tokenya tersendiri, biasanya para pengepul mencari pasaran yang tertinggi untuk mendapatkan untung setinggi mungkin hingga bisa memutarakan kembali uang tersebut dan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak, nelayan sebagai produsen lebih sering berada pada posisi sebagai penerima harga karena tidak mempunyai bargaining position yang cukup kuat dibandingkan dengan pedagang perantara,

Pemasaran ikan lokal yang dilakukan oleh pengusaha-pengusaha ikan juga menjelajahi ilmu di bagian ekspor, tak heran ditemui banyak pengusaha ikan yang membuka perusahaan-perusahaan untuk pengelolaan ikan ekspor ini. Sub sektor perikanan merupakan sub sektor yang berpotensi sangat besar untuk dikembangkan, disamping karena ketersediaan sumber dayanya yang cukup besar juga karena potensi pasarnya yang cukup tinggi, dan sub sektor ini menyangkut kebutuhan hidup banyak orang. Permintaan akan perikanan untuk pemenuhan gizi akan seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk. Oleh karena itu sekarang ini perlu mendapatkan dukungan perhatian yang serius, hal ini penting karena selain sebagai bahan makanan pokok oleh masyarakat juga merupakan sumber pendapatan bagi nelayan dan termasuk juga para pedagang ikan, sub sektor perikanan yang merupakan kemungkinan potensial yang sangat luas sekali kalau kemungkinan tersebut digunakan sebaik-baiknya maka kebutuhan pokok rakyat akan terpenuhi Norpiadi (Hadikusuko, 2001:32).

Pemasaran ikan laut di Indonesia biasanya tidak dilakukan oleh satu tangan tetapi dilaksanakan oleh beberapa perantara, baik besar maupun kecil, sehingga membentuk mata rantai yang panjang. Mata rantai yang panjang akan mengakibatkan biaya pemasaran menjadi tinggi karena tiap perantara ingin mendapatkan keuntungan untuk menutup biaya pemasaran yang telah dikeluarkan.

Hal ini dikarenakan sifat ikan yang mudah rusak, volume produksi yang tergantung pada musim, daerah produksi yang terpancar dan jauh dari pasar pusat, kurangnya informasi pasar dan kurang memadainya sarana pemasaran Norpiadin (Eddiwan, 1983:145). Oleh karena itu banyak masyarakat yang tak bingung untuk bergantung perekonomiannya di bidang perikanan yang bisa dikatakan menjanjikan untuk kelangsungan hidup mereka

Menurut data Dinas Kelautan dan Perikanan Sulawesi Selatan Terkait target produksi yang semula 5.558.740,8 ton direvisi menjadi 2.801.433,1 ton. produksi perikanan pada (data sementara) mencapai target sebesar 146,40 %, dan jika dibandingkan dengan tahun 2019 produksi perikanan naik sebesar 1 %. Selama kurun waktu 5 tahun yakni dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2020, produksi perikanan berfluktuasi dengan peningkatan rata-rata 1,16 %, Perlambatan peningkatan produksi perikanan dipengaruhi penurunan produksi perikanan tangkap sebesar 2,6 % yaitu 398.565,2 tahun 2019 menjadi 388.130,8 ton tahun 2020. Akibat pandemi covid 19 nelayan mengurangi waktu melaut karena harga ikan yang turun seiring permintaan yang turun, serta faktor cuaca yang tidak menentu menyebabkan nelayan tidak melaut. Selama kurun waktu 2016 – 2020 peningkatan rata-rata produksi perikanan tangkap adalah 5,79 %. Upaya yang terus dilakukan adalah penyediaan sarana prasarana nelayan berupa bantuan mesin, alat tangkap dan alat bantu tangkap. Diharapkan dapat menjadi stimulus pemulihan dampak pandemi sehingga nelayan dapat terus menjalankan dan mempertahankan usahanya, kelangsungan hidup mereka

Sulawesi Selatan merupakan salah satu perairan yang banyak menghasilkan ikan laut, seperti sebagian masyarakat yang berada di kabupaten Barru banyak bergantung perekonomian di bidang perikanan, baik itu menjadi nelayan, menjadi pedagang ikan ataupun lainnya. Banyak pengusaha yang berkecimpung di perikanan mulai dari ikan-ikan eceran, ikan lokal, ikan giling, hingga ikan ekspor sekalipun. Letak Kabupaten Barru yang berada pada pesisir barat Provinsi Sulawesi Selatan, berjarak

lebih kurang 100 km sebelah utara Kota Makassar dan 50 km sebelah selatan Kota Parepare dengan garis pantai sepanjang 78 km.

Masyarakat pesisir mayoritas memiliki pekerjaan sebagai nelayan cenderung menempati strata paling rendah dibanding masyarakat lainnya (Rahim, 2011). Nelayan tradisional termasuk dalam komunitas masyarakat paling miskin hampir di semua negara dengan atribut the poorest of poor (Nikijuluw, 2002). Komunitas nelayan di kawasan pesisir dicirikan dengan keterbelakangan sosialbudaya, dan kualitas sumber daya manusia yang rendah. Kehidupan nelayan cenderung dikategorikan miskin, yang disebabkan berbagai faktor, diantaranya keterampilan yang rendah, terbatasnya teknologi alat tangkap, produktivitas nelayan yang rendah. Kondisi tersebut menyebabkan tingkat pendapatan nelayan tradisional rendah yang berdampak pada tingkat kesejahteraannya (Rajadurai & Manickavasagam, 2020). Nelayan tradisional merupakan nelayan yang menggunakan perahu motor tempel dan atau menggunakan perahu tanpa motor dalam kegiatan melaut serta menggunakan alat tangkap yang sederhana (Sabar & Indasari, 2018) dan merupakan perikanan skala kecil.

Faktor penghambat kemajuan usaha dicarikan formulasi penanggulangan dan harus diidentifikasi yang menjadi faktor-faktor kekuatan usaha untuk dikembangkan dengan baik (Susriyanti et al., 2019). Maka berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat pendapatan dan merumuskan strategi dalam rangka meningkatkan pendapatan nelayan tradisional di Desa Lapakaka, Kabupaten Barru Kecamatan Mallusetasi Provinsi Sulawesi Selatan dengan menggunakan model analisis Pendapatan dan SWOT.

### **Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Tujuan dan Manfaat Penelitian ini adalah merancang strategi dengan menggunakan analisis SWOT dilihat dari kekuatan (Strengths), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunities), ancaman (Threats) dari lingkungan eksternal, dan internal menilai kekuatan dan kelemahan dari sumber daya yang dimiliki perusahaan seperti:

1. Mengidentifikasi Kemampuan hasil produksi perikanan yang cukup besar dan juga Pengetahuan menjalin komunikasi terhadap distributor tentang harga yang dimainkan para pengepul
2. Menganalisis Kelembagaan TPI (tempat pendaratan Ikan yang tidak berfungsi sehingga menetapkan harga yang tidak stabil
3. Mengidentifikasi bentuk pola Perkembangan teknologi dalam kegiatan pemasaran yang sangat minim dimiliki oleh Nelayan tradisional
4. Saluran Distribusi Pemasaran Ikan Yang Ditempuh Nelayan tradisional didesa Lapakaka kecamatan Mallusetasi kabupaten Barru

Penelitian ini akan memberikan manfaat secara akademik dan kebijakan dinas perikanan dan kelautan kabupaten barru dan. Secara akademik akan menyumbang pada konsep strategi untuk meningkatkan pendapatan dan strategi pemasaran nelayan tradisional

## **2. Literature Review**

### **Konsep Pendapatan**

Menurut Sukartawi (2002), pendapatan adalah jumlah penghasilan oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan bulanan ataupun tahunan. Pendapatan nelayan adalah selisih antara penerimaan (TR) dan semua biaya (TC). Penerimaan nelayan (TR) adalah perkalian antara produksi yang diperoleh (Y) dengan harga jual (Py). Biaya nelayan biasanya diklasifikasikan menjadi dua, yaitu biaya tetap (fixed cost) dan biaya tidak tetap (variable cost). Biaya tetap (FC) adalah biaya yang relatif tetap jumlahnya dan terus dikeluarkan walaupun produksi yang diperoleh banyak atau sedikit. Biaya variabel (VC) adalah kecilnya dipengaruhi oleh produksi yang diperoleh. Total biaya (TC) adalah jumlah dari biaya tetap (FC) dengan biaya variabel (VC) (Sofyan dkk.2020)

### **Faktor-faktor yang mempengaruhi Pendapatan**

Sumber daya perikanan sebenarnya secara potensial dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan nelayan, namun pada kenyataannya masih cukup banyak nelayan yang belum dapat meningkatkan hasil tangkapannya, Sehingga dalam hal ini tingkat pendapatan nelayan tidak meningkat oleh karena itu tingkat kesejahteraan nelayan sangat ditentukan oleh hasil tangkapannya. Banyaknya tangkapan tercermin pula besar pendapatan yang diterima dan pendapatan tersebut sebagian besar untuk keperluan konsumsi keluarga. Dengan demikian tingkat pemenuhan kebutuhan konsumsi keluarga atau kebutuhan fisik minimum sangat ditentukan oleh pendapatan yang diterima. Para usaha nelayan melakukan pekerjaan dengan tujuan untuk memperoleh pendapatan demi kebutuhan hidup. Untuk pelaksanaannya diperlukan beberapa perlengkapan dan dipengaruhi oleh banyak faktor guna mendukung keberhasilan kegiatan.

Menurut Salim, (1999) faktor faktor yang mempengaruhi pendapatan nelayan meliputi sektor sosial dan ekonomi yang terdiri dari besarnya modal, tenaga kerja, jarak tempuh melaut dan pengalaman yang diuraikan sebagai berikut:

1. Faktor Modal dan Biaya Produksi Manusia selalu memiliki aset (modal) yang dengan modal itu dia bisa mempertahankan hidup dengan baik. Bahkan orang yang paling miskin sekalipun selalu memiliki aset kehidupan atau sumber daya dimana dengan itu mereka bergantung. Adapun modal tersebut adalah modal sumber daya alam, modal ekonomi, modal fisik, dan modal sosial. (Mukherjee, 2001).
2. Faktor Tenaga Kerja Berbicara masalah tenaga kerja di Indonesia dan juga sebagian besar negara-negara berkembang termasuk negara maju pada umumnya merupakan tenaga kerja yang dicurahkan untuk usaha nelayan atau usaha keluarga. Keadaan ini berkembang dengan semakin meningkatnya kebutuhan manusia dan semakin majunya suatu kegiatan usaha nelayan karena semakin maju teknologi yang digunakan dalam operasi penangkapan ikan, sehingga dibutuhkan tenaga kerja dari luar keluarga yang khusus dibayar setiap sekali turun melaut sesuai dengan produksi yang dihasilkan.
3. Faktor Jarak Tempuh Melaut Setidaknya ada tiga pola penangkapan ikan yang lazim dilakukan oleh nelayan. Pertama, pola penangkapan lebih dari satu hari. Penangkapan ikan seperti ini merupakan penangkapan ikan lepas pantai. Jauh dekatnya daerah tangkapan dan besar kecilnya perahu yang digunakan menentukan lamanya melaut
4. Faktor Pengalaman Pengalaman sebagai nelayan secara langsung maupun tidak, memberikan pengaruh kepada hasil penangkapan ikan. Semakin lama seseorang mempunyai pengalaman sebagai nelayan, semakin besar hasil dari penangkapan ikan dan pendapatan yang diperoleh, (Yusuf, 2003). Dalam aktivitas nelayan dengan semakin berpengalamannya, nelayan yang makin berpengalaman dalam menangkap ikan bisa meningkatkan pendapatan atau keuntungan

### **Pemasaran**

Menurut Phillip Kotler bahwa pemasaran adalah Satu proses sosial dan pengurusan di mana individu atau kumpulan memenuhi keperluan dan kehendak mereka melalui penghasilan dan penukaran produk atau nilai di kalangan mereka. sehingga, pemasaran merupakan aktiviti manusia dalam memenuhi keperluan dan kehendak mereka melalui proses pertukaran.

Berdasarkan definisi di atas dapat ditarik kesimpulan yaitu, pemasaran merupakan kegiatan penting yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka memasarkan atau menjual barang atau jasa kepada konsumen yang berkaitan dengan produk, harga, promosi dan distribusi atau sering disebut juga bauran pemasaran (marketing mix).

### **Strategi Pemasaran**

Menurut Assuari (2010), strategi pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk mendapat tercapai tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi

pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Strategi pemasaran adalah pendekatan pokok yang akan digunakan oleh unit bisnis dalam mencapai sasaran yang telah ditetapkan lebih dahulu, didalam tercantum keputusan-keputusan pokok mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran dan tingkat biaya yang dilakukan (Daryanto, 2013).

### **Nelayan**

Nelayan adalah orang yang mata pencahariannya melakukan penangkapan ikan (Undang-Undang No 45 Tahun 2009). Sedangkan nelayan tradisional atau nelayan kecil adalah orang yang mata pencahariannya melakukan penangkapan ikan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Nelayan juga bisa dikatakan orang yang melakukan penangkapan ikan di laut, yang bergantung pada cuaca, dan menggantungkan hidupnya di laut.

Menurut Ahmad Ridha (2017) Nelayan dibedakan menjadi tiga kelompok, yaitu nelayan buruh, nelayan juragan, dan nelayan perorangan. Nelayan buruh adalah nelayan yang bekerja dengan alat tangkap milik orang lain. Nelayan juragan adalah nelayan yang memiliki alat tangkap yang dioperasikan oleh orang lain. Sedangkan nelayan perorangan adalah nelayan yang memiliki peralatan tangkap sendiri, dan dalam pengoperasiannya tidak melibatkan orang lain

## **3. Methodology**

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kuantitatif, Kuantitatif deskriptif adalah jenis penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya Navesius 2020 dalam (Ade Fauzia,2018)

### **Jenis Data**

Penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif dan. Analisis kuantitatif dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis karakteristik pemasaran hasil tangkapan ikan terhadap pendapatan masyarakat. Perumusan atau formulasi strategi dilakukan dengan menggunakan matriks SWOT

### **Metode Penentuan Sampel**

Populasi dalam Penelitian ini adalah seluruh Nelayan Yang bertempat Tinggal di desa Lapakaka kecamatan Mallusetasi Kabupaten Barru, Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah purposive sampling salah satu teknik sampling non random sampling dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Sampel dari penelitian ini adalah nelayan tradisional sebanyak 40 orang.

### **Teknik pengumpulan data**

digunakan untuk menganalisis karakteristik pendapatan yaitu menggunakan dan pemasaran hasil tangkapan ikan terhadap pendapatan Nelayan Tradisional. Perumusan atau formulasi strategi dilakukan dengan menggunakan matriks SWOT. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah berupa data primer dengan cara melakukan wawancara langsung dengan nelayan menggunakan kuisioner yang telah dipersiapkan

### **Lokasi dan waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan didesa Lapakaka, Kabupaten Barru, Provinsi Sulawesi Selatan. Waktu penelitian ini dilakukan di Bulan Maret sampai dengan oktober 2022

### **Metode Analisis data**

Untuk mengetahui pendapatan Nelayan tradisional Desa lapakaka di Kecamatan Mallusetasi Kabupaten Barru, dengan menggunakan analisis pendapatan (Bangun 2010).

Analisis yang digunakan lebih lengkap sebagai berikut :

$$TR = P \cdot Q \dots\dots\dots(1)$$

Dimana:

TR = Penerimaan Total (Rp)

P = Harga jual (Rp)

Q = Jumlah ikan yang dijual (kg)

$$TC = FC + VC \dots\dots\dots(2)$$

Dimana :

FC = Biaya Tetap (Fixed Cost)

VC = Biaya Variabel (Variabel Cost)

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots(3)$$

Dimana:

$\pi$  = Keuntungan Usaha (Profit)

TR = Penerimaan Total (Total Revenue)

TC = Biaya Total (Total Cost)

Untuk menganalisis strategi pemasaran penulis menggunakan analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal Strengths dan Weaknesses serta lingkungan eksternal Opportunities dan Threats, merumuskan strategi Analisis SWOT mempertimbangkan faktor lingkungan internal kekuatan (strength) dan kelemahan (weaknesses). Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats). Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal dan internal, Dengan demikian, analisis SWOT dapat diartikan sebagai suatu teknik analisis yang menggunakan unsur kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman sebagai variabel utama dalam melakukan analisis (Sjafrizal, 2012). Hal pertama yang dilakukan dalam menentukan matriks SWOT adalah mengetahui faktor strategi internal (IFAS) dan faktor strategi eksternal (EFAS). Penentuan berbagai faktor, bobot setiap faktor dan tingkat kepentingan setiap faktor didapatkan dari hasil kuisioner dan wawancara dengan orang-orang yang berkompeten di bidangnya dan disesuaikan dengan kondisi di lapangan. Hal ini dilakukan agar sifat obyektif dari analisis ini dapat diminimalkan

#### 4. Discussion

A, Gambaran umum penelitian

Kabupaten Barru adalah salah satu Kabupaten yang berada pada pesisir barat Propinsi Sulawesi Selatan, terletak antara koordinat 40o5'49" - 40o47'35" lintang selatan dan 119o35'00" - 119o49'16" bujur timur dengan luas wilayah 1.174.72 km<sup>2</sup> berjarak lebih kurang 100 km sebelah utara Kota Makassar dan 50 km sebelah selatan Kota Parepare dengan garis pantai sepanjang 78 km.

(KKPD Kabupaten Barru) adalah salah satu kawasan Konservasi perairan daerah yang ada di Sulawesi Selatan Indonesia. Dalam Pembagian administrasi Indonesia, KKPD Kabupaten Barru berada

dalam wilayah administrasi kabupaten Barru. Luas KKPD Kabupaten Barru adalah 605,94 Hektare Wilayah KKPD Kabupaten Barru dijadikan sebagai kawasan perikanan.

**B. Aktivitas nelayan Tradisional**

Dalam Aktivitas nelayan pada umumnya sama dengan Nelayan Tradisional pada umumnya yang masih tergolong tradisional masih menggunakan jala yang dimana desa lapakaka merupakan daerah yang masih memiliki 3 yaitu, musim puncak, musim biasa dan musim paceklik. Dimana musim puncak terdiri dari bulan maret-juli, musim biasa terdiri dari bulan agustus-november dan musim paceklik terdiri dari bulan desember-februari yang sering terjadi tetapi sejalan dengan waktu banyak terjadi perubahan iklim yang susah diprediksi dan tidak merata.

Pada umumnya Umur Nelayan Traditional Desa lapakaka kec Mallusetasi rata-rata berumur 25-55 dilihat dari Tabel Berikut ini:.

Tabel 1  
 Karakteristik Umur Nelayan Desa lapakaka Kec Mallusetasi

No	Umur	Jumlah Responden Nelayan	Persentase
1.	>30	5	2%
2.	31-40	12	4,4%
3.	41-50	9	3,2%
4,	51 <	3	1,2%
	Total	40	100%

Dilihat dari tabel diatas bahwa umur dari nelayan tradisonal Desa lapakaka kec Mallusetasi tergolong usia produktif untuk bekerja sebagai nelayan hal ini dapat kita lihat dari tingkat pendidikan nelayan di Kecamatan Mallusetasi yang juga masih tergolong rendah dilihat dari tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2  
 Karakteristik Pendidikan Nelayan Desa Lapakaka Kec Mallusetasi

No	Jenjang Pendidikan	Jumlah Responden Nelayan	Persentase
1.	Sekolah Dasar (SD)	2	0,3
2.	Sekolah Menengah Pertama (SMP)	19	7,2
3.	Sekolah Menengah Atas (SMU)	9	3,5
4.	Perguruan Tinggi	0	0
	Total	40	100%

Dari tabel diatas tingkat pendidikan Sekolah Menegah Pertama yang paling tertinggi, hal ini dikarenakan nelayan lebih memilih memutuskan untuk bekerja sebagai nelayan dari pada melanjutkan tingkat pendidikannya.

**B. Analisis Data Dengan Menggunakan Analisis Pendapatan**

**1. Penerimaan (TR) Nelayan Desa lapakaka Kec Mallusetasi**

Penerimaan total tangkapan adalah perkalian antara produksi yang diperoleh dengan harga jual. Adapun rata-rata penerimaan pendapatan per perahu yang beranggotakan 8 orang nelayan tradisional dilihat dari Tabel berikut ini:

Tabel 3

Rata-rata Pendapatan Nelayan Desa Lapakaka di Kecamatan Mallusetasi

No	Nama Perahu	Beranggota	Rata-rata Pendapatan pertahun
1.	Cinta Madina	8 Orang	170.000.000
2.	Ridha Abadi 05	8 Orang	200.000.000
3.	Gunung Jati	8 Orang	150.000.000
4.	Ridha abadi 01	8 Orang	175.000.000
5.	Ridha Abadi 02	8 Orang	185.000.000
	Total	40 orang	880.000.000

Dari tabel diatas menunjukkan rata-rata pendapatan pertahunnya yang diperoleh perkapal nelayan yang berkisar rata-rata pendapatan nelayan hasil tangkap ikan berkisar 150.000.000 sampai dengan 200.000.000 pertahun yang dimana total Keseluruhan Rata-rata 880.000.000

2. Total Biaya (TC) Nelayan Tradisional Desa lapakaka Kecamatan Mallusetasi

Dalam melakukan aktifitas nelayan, tentunya akan mengeluarkan biaya-biaya baik itu biaya tetap dan biaya variabel, Nelayan Desa lapakaka dalam aktivitasnya menggunakan Gae (Jala) yang mempunyai biaya tetap yang sama yaitu Perahu, mesin dan alat tangkap, yang sama halnya dengan biaya variabel yaitu bahan makanan, rokok dan bahan Total Biaya (TC) adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dalam suatu usaha dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4

Total Biaya (TC)

Nelayan Tradisional Desa lapakaka Kecamatan Mallusetasi

No	Jenis Biaya	Total
1.	Biaya Tetap	50.000.000
2.	Biaya Variabel	100.000.000
	Total	150.000.000

Tabel 5

Pendapatan (TR-TC) Nelayan Desa Lapakaka Kecamatan Mallusetasi

No	Uraian	Nilai Rata-rata Pendapatan
1.	Total Penerimaan (TR)	880.000.000
2	Total biaya (TC)	150.000.000
3	Pendapatan (TR-TC)	730.000.000

Rata-rata total pendapatan yang diperoleh sebagai nelayan Desa Lapakaka Kec Mallusetasi sebesar Rp 150.000.000 sampai dengan Rp 200.000.000 pertahun yang diperoleh dari total nilai rata-rata penerimaan yaitu sebesar Rp 880.000.000- dikurang dengan total nilai rata-rata biaya yaitu sebesar Rp150.000.000 Sedangkan pendapatan diperoleh nelayan Tradisional Desa Lapakaka Kecamatan Mallusetasi sebesar Rp.730.000.000 Pendapatan seorang nelayan berasal dari penjualan hasil tangkapan yang didapat dari hasil melaut. Nelayan pada umumnya memiliki pendapatan yang tidak menentu dari hasil tangkapan melaut. Pendapatan (TR-TC) merupakan merupakan total pendapatan bersih cara memperolehnya sama halnya dengan mencari nilai pendapatan rata-rata Nelayan lapakaka.

C. Analisis SWOT Strategi Pemasaran Ikan

Menurut Rangkuti (2006) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini di dasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan

kekuatan (strenght) dan peluang (oppportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threat). Data yang diambil pada penulisan skripsi ini adalah data primer berupa data-data masyarakat dengan berbagai personal yang terkait dalam strategi pemasaran ikan mas dengan kuesioner. Penulis menyajikan data-data yang diperoleh mengenai lingkungan organisasi baik lingkungan internal maupun eksternal.

### **Identifikasi Faktor Eksternal dan Internal**

Dalam pengelolaan hasil pemasaran Nelayan Desa Lapakaka terdapat beberapa hal yang menjadi kekuatan dan peluang, namun juga ada beberapa hal yang menjadi kelemahan dan ancaman.

#### **a. Faktor Internal**

Berikut adalah hasil identifikasi untuk faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dalam Hasil Pendapatan Ikan Nelayan Desa Lapakaka Kec Mallusetasi:

1. Faktor Kekuatan (Strenghts)
  - a. Harga ikan yang relatif stabil, untuk harga cukup stabil ketika pada musim kemarau dan sebaliknya ketika musim hujan harga ikan naik, sedangkan harga di pedagang yaitu berkisar Rp. 35.000-Rp. 40.000/Kg.
  - b. Lokasi Strategis  
lokasi pencarian ikan dan pendistribusian ikan terletak di Pelelangan yang jaraknya agak jauh dari Desa Lapakaka dan ini akan berdampak tingginya harga ikan ketika akan dijual dipasar. Lokasi yang strategis menjadikan cost distribusi yang murah karena dekat dengan pasar yang dituju.
2. Faktor Kelemahan (Weakness)
  - a. kurangnya distributor dalam membeli hasil tangkap ikan sehingga pihak distributorpun bermain harga dalam pengambilan ikan dengan membeli dengan harga yang murah
  - b. Penerapan teknologi yang kurang membuat para nelayan tradisional tanpa adanya bantuan teknologi yang seharusnya bisa meningkatkan dan memajukan pendapatan hasil nelayan
  - c. Faktor Eksternal Analisis faktor eksternal bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman dalam pemasaran adalah sebagai berikut:
3. Faktor Peluang (Opportunities)
  - a. Konsumen yang tetap, satu tantangan yang sulit dalam membangun sebuah usaha adalah memiliki konsumen tetap atau pelanggan setia, agar mempunyai konsumen tetap kita harus menjalin hubungan baik dengan pelanggan adalah salah satu kunci keberhasilan suatu usaha. Menjalinkan hubungan yang baik dengan pelanggan kemungkinan akan membuat pelanggan terus membeli dan memilih produk yang ditawarkan. Dan tidak akan bermain harga.
  - b. Sumber daya manusia yang sudah berpengalaman, jika ditinjau dari aspek pengalaman dan keahlian dalam nelayan
4. Faktor Ancaman (Threats)
  - a. Banyak nya nelayan sehingga sangat dibutuhkan memiliki distributor yang tetap, dan tentunya hal ini akan menjadikan sebagai faktor ancaman bagi para nelayan tradisional untuk membongkar hasil tangkap ikan di pelelangan tersebut

b. Pesaing Nelayan Didesa Lapakaka kecamatan Mallusetasi cukup banyak karena rata-rata penduduk disana penghasilannya diperoleh dari pendapatan menjual ikan

Setelah diketahui faktor-faktor internal dan eksternal nelayan desa Lapakaka Kec mallusetasi Kabupaten Barru tahap selanjutnya adalah pengumpulan data model yang di gunakan adalah Matriks Strategi Internal (IFAS) dan Matriks Strategi Eksternal (EFAS). Hasil identifikasi dan faktor-faktor Internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan di pindahkan ke tabel IFAS untuk diberikan skorsing (rating x bobot) pada tabel berikut ini :

Tabel 6

Matriks Faktor Internal IFAS Nelayan Tradisional Desa Lapakaka Kec Mallusetasi Kabupaten Barru

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan</b>			
Harga Ikan tidak Stabil	0,30	4	1,2
Lokasi Strategis	0,34	4	1,36
<b>Jumlah Kekuatan</b>	<b>0,64</b>	<b>8</b>	<b>2,56</b>
<b>Kelemahan</b>			
KurangnyaDistributor	0,18	2	0,36
Penerapan Teknologi yang kurang	0,17	2	0,35
Jumlah Kelemahan	0,36	4	0,71
<b>Total Kekuatan-Kelemahan</b>	<b>1,00</b>	<b>12</b>	<b>3,27</b>

Data Primer Diolah 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa faktor internal dengan skor tertinggi adalah lokasi yang strategis dengan nilai skor 1,36 yang merupakan kekuatan dari Nelayan Tradisional Desa Lapakaka Kecamatan Mallusetasi Kabupaten Barru, kemudian kelemahan dengan nilai tertinggi adalah kurangnya distributor dengan nilai skor 0,36

Tabel 7

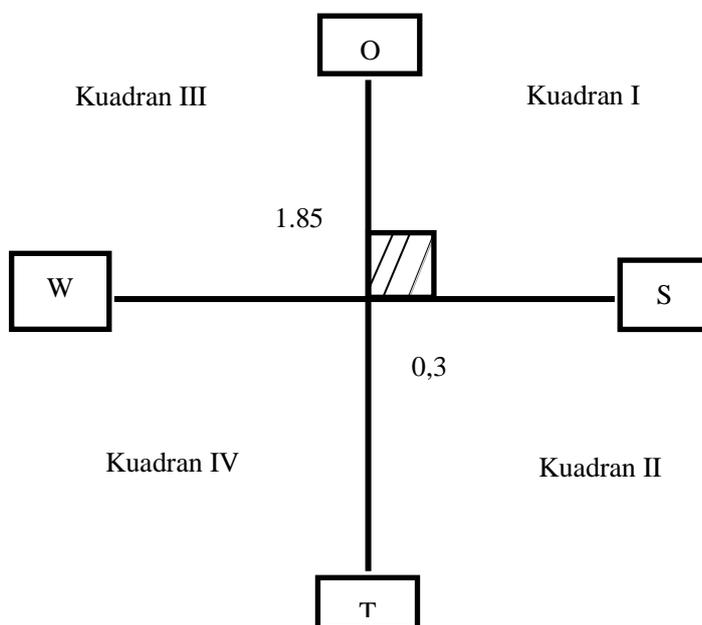
Matriks Faktor Eksternal (EFAS) Nelayan Tradisional Desa Lapakaka Kec Mallusetasi Kabupaten Barru

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang</b>			
Memiliki Distributor tetap	0,25	3	0,75
SDM yang berpengalaman	0,30	3	0,9
<b>Jumlah Peluang</b>	<b>0,55</b>	<b>6</b>	<b>1,65</b>
<b>Ancaman</b>			
Banyak Pesaing yang berprofesi nelayan	0,22	3	0,66
Banya pesaing yang mengambi lokasi yg sama	0,23	3	0,69
<b>Jumlah Kelemahan</b>	<b>0,45</b>	<b>6</b>	<b>1,35</b>
<b>Total Kekuatan-Kelemahan</b>	<b>1,00</b>	<b>12</b>	<b>3,00</b>

Data primer diolah 2022

Sedangkan pada faktor eksternal untuk peluang dengan nilai tertinggi adalah kurangnya Distributor Nelayan Tradisional Desa Lapakaka Kec Mallusetasi Kabupaten Barru dengan Faktor Internal Bobot Rating Skor Kekuatan Harga Ikan Stabil 0,30 4 1,2 Lokasi Strategis 0,34 4 1,36 Jumlah Kekuatan 0,64 8 2,58 Kelemahan 0,18 2 0,36 Penerapan Teknologi yang kurang 0,17 2 0,35 Jumlah Kelemahan 0,36 4 0,71 Total Kekuatan-Kelemahan 1,00 1 2 3,29 Faktor Eksternal Bobot Rating Skor Peluang Memiliki distributor tetap 0,20 3 0,6 SDM yang berpengalaman 0,30 3 0,9 Jumlah Peluang 0,50 6 1,5 Ancaman Banyaknya profesi Nelayan yang berada di Desa Lapakaka 0,25 3 0,75 banyak pesaing mengambil ikan dilokasi yang sama 0,25 3 0,75 Jumlah Kelemahan 0,50 6 1,5 Total Kekuatan-Kelemahan 1,00 1 2 3,00 nilai skor 0,9 kemudian pada ancaman dengan nilai yang samai nelayan di Desa lapakaka Kec Mallusetasi Kabupaten Barru dengan nilai skor 0,75.

Dari hasil analisis tabel matriks diatas, pada faktor internal mempunyai total nilai skor 3,27 dan pada faktor eksternal mempunyai total nilai skor 3,00. Selanjutnya total nilai skor masing-masing dapat di rinci kekuatan: 2,56, kelemahan: 0,71 peluang: 1,65 dan ancaman: 1,35. Maka diketahui nilai kekuatan dan kelemahan berselisih (+) 1,85 sedangkan selisih nilai dari peluang dan ancaman adalah (+) 0,3 Dari identifikasi faktor-faktor tersebut dapat di gambarkan dalam diagram analisis SWOT:



Gambar Analisis SWOT Hasil Pengelolaan data Internal dan Eksternal

Dari hasil diagram diatas menunjukkan bahwa sumbu  $X > 0$  yaitu 0,3 sedangkan untuk sumbu  $Y > 0$  yaitu 1,85 hal ini jelas posisi strategi pendapatan dan pemasaran Nelayan Tradisional Hasil tangkap ikan berada pada kuadran I S-O kekuatan dan peluang (Strenght-Opportunity) yaitu strategi Agresif dimana situasi yang sangat menguntungkan. Strategi agresif adalah strategi yang mendukung nelayan untuk terus memaksimalkan kekuatan serta peluang yang ada untuk terus maju dan meraih kesuksesan yang lebih besar.

**Strategi Pendapatan Nelayan Tradisional Desa Lapakaka Kecamatan Mallusetasi kabupaten Barru Berdasarkan Analisis Matriks SWOT**

Pada tahapan selanjutnya adalah perumusan strategi pemasaran analisis Matriks SWOT. Perumusan alternatif strategi berdasarkan kuisioner Nelayan tradisional Desa Lapakaka Kecamatan Mallusetasi Kabupaten Barru. Analisis pendapatan berdasarkan Matriks SWOT mempunyai empat alternatif yang dapat diterapkan pada faktor Internal dan Eksternal. Berikut merupakan hasil dari Matriks SWOT pada Nelayan Tradisional Desa Lapakaka Kecamatan Mallusetasi Kabupaten Barru, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 8  
Matriks SWOT

Faktor Internal	<b>Kekuatan (S)</b> 1. Harga Ikan tidak stabil 2. Lokasi Strategis	<b>Kelemahan (W)</b> 1. Kurangnya Distributor 2. penerapan Teknologi yang kurang
Faktor Eksternal		
<b>Peluang (O)</b> 1. memiliki Distributor yang tetap 2. SDM yang berpengalaman	<b>Strategi S-O</b> 1. Harga ikan cenderung tidak stabil tergantung cuaca untuk itu sangat dibutuhkan untuk memiliki distributor guna memasarkan hasil tangkapan ikan dipedangang ikan dipasar 2. SDM dalam penggunaan Teknologi yang berpengalaman akan mampu menentukan lokasi mana yang banyak menghasilkan ikan	<b>Strategi W-O</b> 1. Kurangnya distributor yang akan membawa hasil nelayan dipasar tentunya akan menurunkan harga ikan dikarenakan terlalu lama disimpan 2. penerapan teknologi yang lebih baik dalam melakukan tangkap ikan sehingga hasil tangkap ikan bisa lebih banyak dihasilkan
<b>Ancaman (T)</b> 1. Banyaknya pesaing yang berprofesi nelayan 2. Banyak pesaing yang mengambil ikan di lokasi yang sama	<b>Strategi S-T</b> 1. Mengembangkan Keterampilan dan alat yang digunakan untuk bisa menampung banyak ikan dalam jala tersebut 2. membuat bagan-bagan dilokasi tersebut	<b>Strategi S-W</b> 1. menetapkan distributor atau pengepul sehingga hasil tangkap ikan secepatnya bisa terjual di pedagang ikan dipasar

## 5. Conclusions

### Kesimpulan

1. Kurangnya distributor atau pengepul tentunya akan berpengaruh pada harga ikan yang tentunya akan menurunkan harga ikan dikarenakan terlalu lama disimpan
2. Penerapan teknologi yang lebih baik dalam melakukan tangkap ikan sehingga hasil tangkap ikan bisa lebih banyak dihasilkan
3. Kurangnya SDM dalam penggunaan Teknologi yang berpengalaman akan mampu menentukan lokasi mana yang banyak menghasilkan ikan

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan Keterampilan dan alat yang digunakan Nelayan Tradisional untuk bisa menampung banyak ikan dalam jala tersebut serta melatih cara membuat bagan penampungan ikan di area lokasi tersebut
2. Memberikan akses distributor atau pengepul kepada nelayan sehingga hasil tangkap ikan secepatnya bisa terjual di pedagang ikan dipasar
3. Pemerintah seharusnya mengupayakan membuat pelelangan yang terdekat dengan Lokasi sehingga akses pemasaran nya cepat.

## References

- Assauri, Sofjan. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers
- Baridwan, Z. (2004). *Intermediate accounting*.
- Dinas Kelautan Dan Perikanan Sulawesi Selatan. <https://dkp.sulselprov.go.id/>
- Harahap, I., Pratama, A., & Rizal, A. (2019). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN HASIL TANGKAPAN IKAN NELAYAN TRADISIONAL DI DESA PALUH SIBAJI KECAMATAN PANTAI LABU KABUPATEN DELI SERDANG. Retrieved 18 August 2022, from <https://e-prosiding.umnaw.ac.id/index.php/penelitian/article/view/320>
- Iry, N., & Sabon Rain, D. (2020). ANALISIS PENGARUH BIAYA OPERASIONAL TERHADAP PENDAPATAN NELAYAN DI KABUPATEN MIMIKA. *JURNAL KRITIS (Kebijakan, Riset, Dan Inovasi)*, 4(1), 38-61. Retrieved from <http://ejournal.stiejb.ac.id/index.php/jurnal-kritis/article/view/106>
- Konoralma, S., Masinambow, V., & Londa, A. (2020). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN NELAYAN TRADISIONAL DI KELURAHAN TUMUMPA KECAMATAN TUMINTING KOTA MANADO. Retrieved 17 August 2022, from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/30230>
- Kotler, Philip. (1991). *Manajemen Pemasaran : Analisa Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Jilid Keenam*. Jakarta : Erlangga
- Mubyarto. (1995). *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Jakarta : LP3ES
- Nainggolan, H., Aritonang, J., Ginting, A., Sihotang, M., & Gea, M. (2021). ANALISIS DAN STRATEGI PENINGKATAN PENDAPATAN NELAYAN TRADISIONAL DI KAWASAN PESISIR KABUPATEN SERDANG BEDAGAI SUMATERA UTARA. Retrieved 18 August 2022, from <http://ejournal-balitbang.kkp.go.id/index.php/sosek/article/view/9969>
- Nopriadi, N., Herfianti, M. ., & Wijaya, E. . (2021). Marketing Strategies in Attracting The Interest of

- Export Fish Suppliers in UD. Awang Jaya Bengkulu City. *Journal of Indonesian Management (JIM)*, 1(2), 55–61. <https://doi.org/10.53697/jim.v1i2.119>
- Nurfitriah, N. (2021). Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Hasil Tangkapan Ikan Pada Pangkalan Pendaratan Ikan Paotere Makassar. *Social Landscape Journal*, 2(2), 53. doi: 10.56680/slj.v2i2.23768
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT: teknik membedah kasus bisnis cara perhitungan bobot rating dan OCAI*.
- Ridha, A. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Nelayan di Kecamatan Idi Rayeuk. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 646-652. Retrieved from <https://ejournalunsam.id/index.php/jseb/article/view/205>
- Salatan, S., Manoppo, V., & Darwisito, S. (2018). STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT NELAYAN SOMA PAJEKO DI KECAMATAN SALIBABU KABUPATEN KEPULAUAN TALAUD SULAWESI UTARA. Retrieved 18 August 2022, from <https://ecsofim.ub.ac.id/index.php/ecsofim/article/view/25>
- Sari, I., Riniwati, H., & Harahab, N. (2015). STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT HATNI (HASIL ALAM TANI NELAYAN INDONESIA) DI DESA TLOGOSADANG KECAMATAN PACIRAN KABUPATEN LAMONGAN JAWA TIMUR. Retrieved 18 August 2022, from <https://ecsofim.ub.ac.id/index.php/ecsofim/article/view/25>
- Susilawati, S. (2019). Analisis Pemasaran Ikan Dalam Meningkatkan Pendapatan Nelayan Di Kabupaten Bengkalis (Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam). *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(1), 65-76. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i1.152>
- Peraturan Menteri Kelautan Dan Perikanan Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2021 Tentang Usaha Pengolahan Ikan