



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 9310-9324

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Strategi dan Jaringan Pemasaran Perikanan Darat di Pangkajene dan Kepulauan

Rifal

Universitas Negeri Makassar

Email: [rifalmattirodeceng@unm.ac.id](mailto:rifalmattirodeceng@unm.ac.id)

### Abstrak

Hasil perikanan darat terus mengalami peningkatan setiap tahun di Kabupaten Pangkep dan Kepulauan. Akan tetapi, berdasarkan data BPS, daerah ini merupakan satu-satunya daerah termiskin di Sulawesi Selatan. Untuk itu, penelitian ini membahas mengenai permasalahan tentang strategi dan pemasaran perikanan darat. Pembahasan menyoroti persoalan strategi pemasaran, jaringan pemasaran, dan pencatatan dalam aksara lontara yang masih dipertahankan sampai sekarang. Metode yang digunakan adalah sejarah. Dengan melacak berbagai sumber, baik lisan, tertulis. Hal yang pertama dilakukan dengan mengumpulkan sumber (*heuristik*) dengan melakukan wawancara mendalam kepada para petambak, pengusaha, dan menyalur usaha perikanan. Lalu dilakukan kritik, interpretasi, lalu dituliskan dalam bentuk historiografi. Hasil temuan menunjukkan, wilayah pemasaran ikan bandeng tidak hanya bersifat subsisten dan semisubsisten, tetapi telah bersifat komersial. Wilayah pemasarannya hampir semua wilayah di Sulawesi Selatan, bahkan telah dipasarkan di Kendari dan Gorontalo. Pemasaran yang bersifat komersial tidak dapat dilepaskan dari nilai-nilai lokal yang masih dipertahankan sampai sekarang, seperti kejujuran, kaderisasi kultural yang mengakar dan penguasaan terhadap pemasaran.

Kata Kunci: *Jaringan Pemasaran; Perikanan Darat; Sejarah Maritim*

## Abstract

The yield of inland fisheries continues to increase every year in Pangkep and Islands Regency. However, based on BPS data, this region is one of the poorest regions in South Sulawesi. For this reason, this research discusses the problems of inland fisheries marketing and strategy. The discussion combs the issue of marketing strategies, marketing networks, and recording in Lontara script which is still maintained today. The method used is historical. By tracking various sources, both oral, written. The first thing to do is to collect sources (heuristics) by conducting in-depth interviews with farmers, entrepreneurs, and distributing fisheries businesses. Then criticism, interpretation, and then written in the form of historiography. The findings show that milkfish marketing areas are not only subsistence and semi subsistence, but also commercial. The marketing area is almost all areas in South Sulawesi and has even been marketed in Kendari and Gorontalo. Commercial marketing cannot be separated from local values that are still maintained today, such as honesty, deep-rooted cultural regeneration, and mastery of marketing.

Keyword: *Marketing Network; Inland Fisheries; Maritime History*

## PENDAHULUAN

Kemiskinan merupakan permasalahan yang kompleks dan multidimensi, menjadi bagian *momok* yang sangat sulit untuk diselesaikan. Kabupaten Pangkajene Kepulauan merupakan salah satu daerah di Provinsi Sulawesi Selatan yang masih mengalami kemiskinan. Padahal ini merupakan salah satu daerah yang pertumbuhan ekonominya cukup baik. Namun Kepulauan Pangkajene memiliki angka kemiskinan tertinggi dibandingkan kabupaten/kota di Provinsi Sulawesi Selatan (Badan Pusat Statistik Kabupaten Pangkep)

Dengan tingkat kemisklinan yang cukup tinggi, daerah ini memiliki perjalanan sejarah yang cukup panjang. Salah satu kerajaan tertua yang pernah jaya pada masanya karena dilalui perdagangan internasional. Kerajaan Siang pernah mencapai masa kejayaan sebagai kerajaan besar dan terkenal di semenanjung barat Sulawesi Selatan sebelum munculnya Kerajaan Gowa-Tallo. Kerajaan ini dulunya menjadi pusat perdagangan yang penting dan berpengaruh dari abad ke-14 hingga abad ke-16. Pengaruhnya meluas ke seluruh pantai barat dan wilayah yang dulu dikenal sebagai Lima'e Ajattapareng hingga ke perbatasan selatan Kerajaan Gowa-Tallo (Pelras, 2005). Pada masa kejayaannya, Kerajaan Siang menjadi salah satu pelabuhan penting bagi para pedagang Nusantara, terutama dari kepulauan barat dan semenanjung Melayu. Pesisir barat Sulawesi Selatan, khususnya sekitar Pangkajene, menjadi pusat aktivitas perdagangan ini. Kunjungan para pedagang semakin meningkat setelah jatuhnya Kerajaan Malaka ke tangan Portugis pada tahun 1511 M. Pada masa berikutnya, orang-orang Portugis juga mulai tiba di Kerajaan Siang mengikuti rute

perdagangan Melayu (Alfian & Santalia, 2023).

Dengan pengalaman sejarah yang dialami dengan terbukanya perdagangan dengan dunia luar, seharusnya Kabupaten Pangkep dan Kepulauan memiliki pondasi untuk membangun ekonomi dengan membuka diri, ikut serta dalam jaringan perdagangan yang lebih meluas. Salah satu produk unggulan dari kabupaten ini adalah hasil perikanan darat, berupa hasil tambak. Berdasarkan data dari Dinas Perikanan dan Kelautan Pangkep, produksi perikanan budidaya di daerah ini antara tahun 2014 sampai 2016 meliputi komoditas udang windu, udang *vaname*, ikan bandeng, rumput laut *cottoni*, rumput laut *gracilaria*, ikan mas, dan ikan lele. Produksi dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan yang signifikan. Pangkep memiliki potensi sumber daya perikanan air payau seluas 10.000 hektare dan potensi perikanan laut seluas 30.000 hektare. Realisasi produksi perikanan budidaya di Kabupaten Pangkep, khususnya ikan bandeng, diperkirakan akan melampaui target hingga akhir tahun ini. Pada tahun 2016, produksi ikan bandeng ditargetkan mencapai 93.332 ton seiring dengan perkembangan teknologi budidaya perikanan yang telah diterapkan. Selama dua tahun terakhir, produksi ikan bandeng di Kabupaten Pangkep mengalami peningkatan yang signifikan, bahkan melampaui target. Produksi ikan bandeng sepanjang tahun lalu mencapai 111.714 ton, melampaui target yang ditetapkan sebesar 91.502 ton. Dari sisi pertumbuhan produksi tahunan, realisasi produksi ikan bandeng pada tahun 2015 melonjak 24% menjadi 111.714 ton dari 89.708 ton pada tahun sebelumnya. Desa/Kelurahan yang menjadi sentra produksi ikan bandeng di Kabupaten Pangkep meliputi Labbakkang, Kekean, Bittuang, dan Melantik. Keempat desa/kelurahan ini secara aktif telah mengembangkan teknologi budidaya perikanan untuk meningkatkan produksi tambak (Hamsiah & Suriani, 2017).

Akan tetapi masalah utama yang dialami oleh para petambak adalah pemasaran. Produksi yang dihasilkan sebatas menyisir wilayah lokal dengan harga produksi yang tidak cukup menguntungkan bagi para petambak. Sehingga usaha untuk mendapatkan keuntungan masih sangat jauh dari harapan. Produk perikanan dan kelautan termasuk barang yang mudah rusak, sehingga memerlukan strategi pemasaran yang berbeda dari produk barang dan jasa pada umumnya. Selain itu, citra masyarakat terhadap produk perikanan juga berbeda dan beragam. Menurut pendapat atau pengamatan praktisi pemasaran produk perikanan, persepsi masyarakat terhadap produk perikanan di antaranya adalah makan ikan dapat menyebabkan alergi, ikan berbau amis, ikan memiliki banyak duri, ikan mahal, ikan sulit untuk dimasak, dan ikan hanya bisa atau paling enak digoreng. Karena citra masyarakat terhadap produk perikanan masih begitu kompleks, diperlukan strategi pemasaran yang dapat mengubah citra tersebut sehingga kendala pemasaran produk

perikanan dan kelautan dapat diatasi (Taufiq, 2014).

Untuk itu kajian ini hadir untuk menggambarkan kehidupan usaha perikanan darat dalam persepektif sejarah. Memfokuskan pada aktivitas pemasaran yang selama ini terabaikan dalam penulisan kajian ilmu-ilmu sosial. Dari sejarah dapat melihat pondasi permasalahan yang dialami, agar mendapatkan solusi di masa depan. Dengan ini, penulis mengkaji mengenai strategi dan jaringan pemasaran, dengan menggunakan aksara lontara.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Metode kualitatif dipilih untuk memperoleh data yang mendalam dan bermakna. Oleh karena itu, penelitian kualitatif tidak fokus pada generalisasi, tetapi lebih pada pemahaman makna (Sugiyono, 2016). Menggunakan pendekatan sejarah, dengan melacak berbagai sumber, baik lisan, tertulis. Hal yang pertama dilakukan dengan mengumpulkan sumber (*heuristik*) dengan melakukan wawancara mendalam kepada para petambak, pengusaha, dan menyalur usaha perikanan. Setelah mendapatkan sumber, maka diadakan kritik terhadap sumber yang didapatkan, baik menggunakan sumber primer, maupun sumber sekunder. Dengan pendekatan yang ketat, sumber yang telah dikritik lalu diinterpretasikan secara obyektif, dan original sesuai data yang didapatkan. Sumber yang telah diterjemahkan, lalu dituliskan (historiografi) dalam sebuah metode kesejarahan. Tulisan sejarah ini diharapkan mampu menjawab persoalan masa depan, dengan mengangkat data di masa lalu, untuk memberikan kontribusi dan solusi permasalahan pemasaran bagi para petambak.

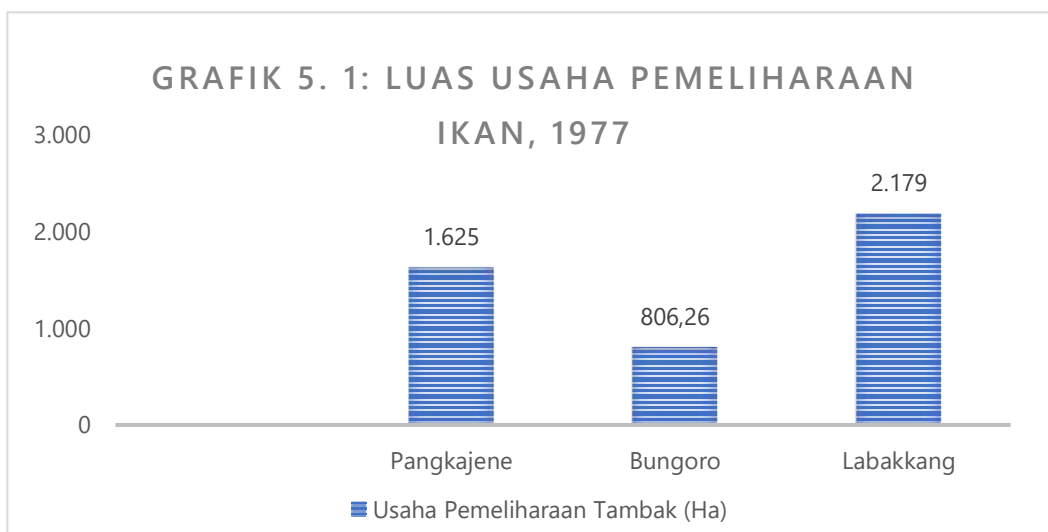
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran adalah aktivitas manusia yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Menurut Philip Kotler dan Armstrong, pemasaran adalah sebuah proses sosial dan manajerial yang memungkinkan individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka membutuhkan dan menginginkan melalui penciptaan serta pertukaran produk dan nilai dengan pihak lain (Kotler and Cox 1980; Priangani 2013). Dalam proses pertukaran timbal balik tidak selalu mengalami proses yang lancar dan selalu berhasil, terkadang dalam kesempatan mengalami masalah, hingga harus menelan kerugian atau penurunan harga. Manusia harus bekerja untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Bukan saja untuk kehidupan sehari-hari tetapi mencakup semua kebutuhan sandang, pangan dan papan. Bagi yang berkeluarga harus mencukupi kebutuhan anak-anak mereka. Beberapa kecamatan yang berada di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan

terdiri dari berbagai jenis pekerjaan. Ada Pegawai Negeri Sipil, penjual Pengusaha, Nelayan, Petani, Petambak dan jenis pekerjaan lainnya. Sesuai dengan penelitian yang diangkat oleh penulis maka akan menjelaskan terkait usaha perikanan darat, khususnya petambak. Sehingga perlu juga dibahas terkait pengumpul, penyalur, pemilik warung/rumah makan hingga munculnya pengusaha-pengusaha lokal.

### 1. Strategi Pemasaran

Terdapat masyarakat yang bekerja sebagai petambak, ditiga kecamatan yang dapat dikatakan memiliki lahan tambak yang luas, yakni di Kecamatan Pangkajene, Kecamatan Bungoro dan Kecamatan Labakkang. Masyarakat yang berada di kecamatan tersebut dapat dikatakan antusias dalam kegiatan usaha perikanan darat. Karena kegiatan tersebut merupakan mata pencaharian mereka dalam memenuhi kebutuhan hidup. Hingga bukan saja hanya bekerja sebagai petambak, tetapi pengumpul, penyalur, pedagang pasar hingga munculnya pengusaha-pengusaha lokal. Pada tahun 1977 luas usaha pemeliharaan penangkapan ikan khususnya pada lahan pertambakan dapat dilihat sebagai berikut.



Grafik 1: Luas Usaha Pemeliharaan Ikan, 1977

Dari grafik 1 di atas bahwa usaha yang memiliki pemeliharaan terluas adalah di Kecamatan Labakkang 2.179,- Ha. Sedangkan luas wilayah terkecil adalah Kecamatan Bungoro 806.26 Ha. Dari segi geografis, Kecamatan Labakkang memiliki beberapa desa/kelurahan yang didominasi dengan lahan tambak seperti Desa Labakkang, Desa Manakku, Desa Pundata Baji dan Desa Gentung. Maka dalam hal wajar saja jikalau Kecamatan Labakkang merupakan kecamatan yang memiliki lahan tambak terluas pada tahun 1977. Kemudian untuk Kecamatan Bungoro hanya Kelurahan Bori Appaka dan Kelurahan Bulu Cindea yang memiliki banyak lahan tambak. Walaupun Kecamatan Pangkajene tidak kalah luasnya mengenai usaha pemeliharaan yaitu seluas 1.624.44 Ha dan juga beberapa desa/kelurahan yang memiliki banyak lahan pertambakan seperti

Pangkajene, Pacce'lang dan beberapa kelurahan/desa lainnya.

Usaha perikanan darat di tiga kecamatan ini tentu mengalami perkembangan dan penurunan selama berjalannya usaha tersebut. Dengan luas pemeliharaan penangkapan ikan terluas dibandingkan dengan kecamatan lainnya, seperti yang dikatakan sebelumnya Kecamatan Labakkang adalah kecamatan yang memiliki lahan penangkapan terluas. Salah satu pengusaha perikanan darat dibidang pertambakan, Sanusi kerap dipanggil dengan sebutan *Pak Aji*. Dalam usaha dibidang pertambakan, panen pertama yang dilakukan pada bulan April dalam dua kali penangkapan berhasil menangkap 2000 ekor Ikan Bandeng. Hasil tangkapan tersebut dibawa oleh Pak Toneng ke Pasa Sentral Pangkajene atas suruhan *Pak Aji* dengan pembayaran tunai sebesar Rp. 650.000,-. Kemudian dalam bulan Juni berhasil pula dipanen sebanyak 1250 ekor dengan harga Rp. 375.00,-. Pada bulan Agustus diharapkan masih mampu memanen sebanyak 7000 ekor. Hasil panen terakhir tersebut khusus diperuntukkan ke langganan tetapnya, yaitu Warung Pangkep yang berada di Ujung Pandang. Utusannya adalah H. Patahuddin dari Desa Laikang, Kecamatan Ma'rang yang biasa membawanya langsung ke Ujung Pandang. Pada pembayarannya dilakukan dengan 2 tahap, yakni pembayaran separuh dan separuhnya lagi ketika jualan Ikan Bandeng telah terjual semua (Mukhlis, 1988).

Pada musim kedua, *Pak Aji* memelihara Ikan Bandeng untuk pembuatan Ikan Bandeng tanpa tulang. Ia membuka lahan baru untuk beberapa petak pembesaran. Bersamaan dengan pemeliharaan bandeng pada musim kedua, *Pak Aji* melakukan pembukaan tambak baru dari sawah miliknya yang terletak di Desa Labakkang seluas 2,60 hektar. Untuk pembiayaan telah disisihkan dari keuntungan-keuntungan yang telah didapatkan sebelumnya. Bahkan ia berharap untuk tahun berikutnya dapat membuka lagi perluasan lahan.

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa luas lahan usaha yang mengalami perluasan akan mempengaruhi hasil produksi. Dengan lahan yang semakin mengalami perluasan maka tentu saja akan mempengaruhi jumlah hasil panen. Dengan hasil panen yang semakin banyak akan membuat para pelaku usaha perikanan darat mengupayakan perluasan pemasaran. Tidak lagi hanya dijual untuk kebutuhan masyarakat setempat tetapi juga untuk memenuhi permintaan masyarakat yang berasal dari luar daerah. Jaringan pemasaran Ikan Bandeng dari waktu ke waktu mengalami perluasan. Berikut merupakan peta penyebaran usaha perikanan darat Ikan Bandeng di beberapa kabupaten hingga provinsi.

Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan menjadi pangkalan kabupaten pemasok dan pengirim Ikan Bandeng ke berbagai daerah. Kabupaten Maros dan Kabupaten Barru

menjadi daerah yang paling terdekat dibandingkan daerah lain. Dalam skala kabupaten hampir semua kabupaten yang berada di Provinsi Sulawesi Selatan telah tersentuh dengan jaringan pemasaran Ikan Bandeng yang berasal dari Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan. Seperti Maros, Makassar, Sungguminasa-Gowa, Takalar, Jeneponto, Bantaeng, Sinjai, Bone, Barru, Pare-Pare, Pinrang, dan Sengkang-Wajo. Sedangkan untuk daerah luar Provinsi Sulawesi Selatan, yakni seperti Kendari dan Gorontalo. Maka dari itulah, usaha perikanan darat yang dimaksudkan penulis sebagai usaha mikro menuju komersial salah satunya dikarenakan jaringan pemasaran Ikan Bandeng yang pada mulanya hanya di pasarkan di lingkup daerah hingga semakin ke tahun pasarannya tersebar ke beberapa daerah luar bahkan mencakup provinsi.

## 2. Jaringan Pemasaran

Pemasaran Ikan Bandeng dilakukan dengan cara penjemputan dan pengiriman. Tergantung dari kesepakatan antara dua penjual dan pembeli. Jikalau pembeli dari luar daerah meminta diantarkan, maka pengiriman Ikan Bandeng dilakukan dengan pengantaran mobil. Biaya transportasi akan ditanggung oleh pembeli. Namun pada sekitar 1970an hingga 1990an, pembeli lebih banyak yang datang langsung ke Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan.

Ada yang mengutus pekerjajanya dan ada pula yang ikut bersama pekerjajanya. Operasi jual-beli khusus untuk pembeli dari luar daerah dilakukan di malam hari, dimulai pada sekitar pukul 22.00 WITA (H. Baha. *Wawancara*. Pangkajene, 2024; Syukur. *Wawancara*. Pangkajene, 2024).

Ikan Bandeng yang berasal dari Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan banyak diminati oleh pembeli-pembeli dari luar daerah. Ikan Bandeng yang berasal dari Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan berbeda dengan Ikan Bandeng yang berasal dari kabupaten lain. Memiliki khas tersendiri, yaitu dari rasa dan bau. Para pembudidaya meyakini bahwa perairan Sulawesi relatif belum terlalu banyak tercemar. Hal tersebut menyebabkan Ikan Bandeng tidak berbau lumpur. Ketika berbicara soal rasa, kekhasan rasa keju yang keluar ketika Ikan Bandeng diolah dengan cara dibakar. Ikan Bandeng akan mengeluarkan lelehan minyak seperti keju yang seolah dipanaskan ketika disajikan melalui pembakaran. Kualitas dan kekhasan yang dimiliki menimbulkan suatu perspektif positif untuk pemasaran Ikan Bandeng sehingga memberikan brand terhadap Bandeng Pangkep memiliki kekhasan dari bau dan rasa (Triyanti, 2013). Hal tersebut yang membuat Ikan Bandeng banyak diminati oleh masyarakat banyak dan unggul di pasaran.

Dari adanya perluasan jaringan pemasaran, kebutuhan akan Ikan Bandeng tidak lagi hanya sekadar untuk kebutuhan konsumsi sendiri. Namun telah menjadi kebutuhan akan

permintaan masyarakat luas. Hal tersebut sejalan dengan ekonomi komersial yang menyatakan bahwa tatanan dimulai dari tatanan subsisten sektor penangkapan ikan hanya untuk pemenuhan kebutuhan sendiri saja. Kemudian merujuk kepada ekonomi subsisten yang sebahagian produksi ditujukan untuk permintaan dari suatu pasar, hingga sampai kepada titik ekonomi komersial yang merujuk terhadap pasar yang semakin meluas.

Pada keadaan tertentu, masing-masing pelaku usaha perikanan darat mengalami masalah. Tetapi pelaku usaha tidak hanya bertemu dengan permasalahan, adakalanya mengalami keuntungan yang tidak disangka-sangka. Pada sekitar tahun 1980an, banyak pengumpul dan pembeli yang berasal dari luar Kota Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan. Wilayah pemasaran pesisir timur Sulawesi seperti dari Bone, Sinjai, dan Bantaeng sedangkan wilayah pemasaran pesisir barat Sulawesi seperti Barru, Pinrang, Wajo dan lainnya. Mereka mengambil Ikan Bandeng di Pasar Sentral karena menganggap Ikan Bandeng berbeda dengan yang biasanya mereka jual. Tekstur daging pada Ikan Bandeng lebih bagus dan enak ketika dikonsumsi (Syukur. *Wawancara*. Pangkajene, 2024). Inilah yang membuat Ikan Bandeng yang berasal dari tiga kecamatan yang telah disampaikan sebelumnya, menjadi primadona di beberapa daerah di Sulawesi. Perlu ditekankan disini, walaupun terdapat tambak yang berasal dari beberapa daerah tadi, seperti Bone, Sinjai, Barru, dan Pinrang, tetapi mereka tetap menyukai Ikan Bandeng yang berasal dari Kabupaten Pangkep dan Kepulauan.

Pada sekitar tahun 1984 juga beberapa pedagang selain menjual di lingkup kabupaten, tetapi juga menyalurkan di luar kabupaten. Burhan dalam memaksimalkan keuntungan yang didapatkan sudah mampu membeli mobil *openkap* yang membawa usaha perdagangan Ikan Bandeng tersebut langsung ke para penyalur di Pasar Daya, Pasar Sentral dan Pasar Terong dan juga telah bekerjasama langsung dengan pengusaha ikan yang berada di Jl. Rajawali bernama Andi Kareng Rola (Burhan. *Wawancara*. Pangkajene, 2024).

Pada tahun 1987, dalam hal pemasaran Ikan Bandeng petambak mempunyai jalur yang lebih beragam. Menjual kepada pengumpul-pengumpul setempat dengan transaksi yang disepakati sebelum panen yakni merupakan jalur terpendek. Ia tidak perlu lagi mencari pasar. Jikalau mengharapkan harga yang lebih baik sedangkan volume ikan yang dipanen tidaklah begitu banyak, ia dapat memasarkannya di Pasar Sentral Pangkajene. Disana ada beberapa pedagang-pedagang yang bersedia diajak untuk tawar-menawar atau langsung dengan sistem komisi. Bilamana hasil panen lebih banyak dan masih berharap dengan harga yang lebih baik, maka dapat dibawa ke pasar-pasar yang berada di Ujung Pandang. Seperti pasar Terong, Pasar Sentral atau Pelelangan Ikan Jalan Rajawali. Penjualan ikan di

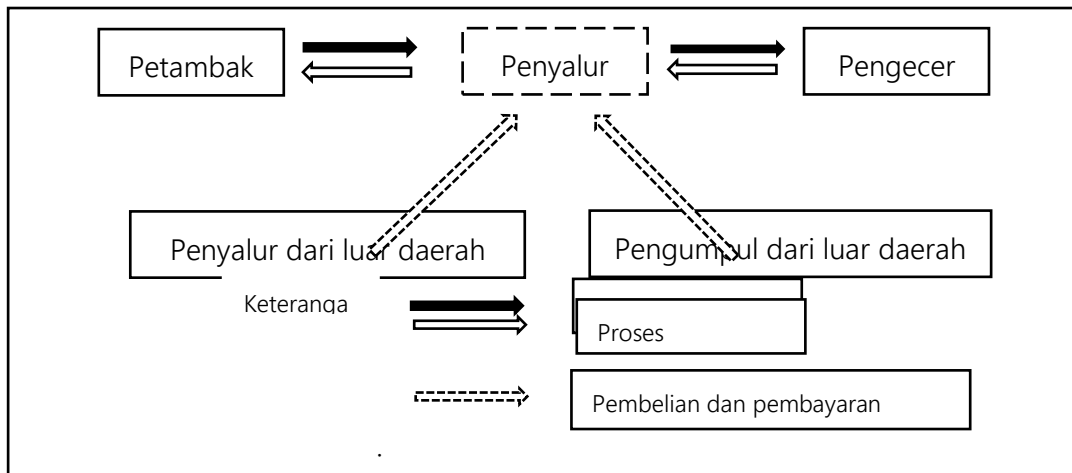
pasar-pasar ini umumnya dengan system komisi (5-11%) bagi pedagang penampung yang bersangkutan (Mukhlis, 1988).

Salah satu pelaku pengusaha perikanan darat yang juga berhasil memasarkan penjualan Ikan Bandeng ke berbagai daerah adalah Syukur sebagai pengumpul di Kecamatan Pangkajene dan Kepulauan. Syukur yang merupakan keturunan dari keluarga yang bekerja sebagai pedagang ikan membuatnya ikut bersemangat pula untuk berkecimpung pada usaha perikanan darat dalam bidang pemasaran.

Pada tahun 1987 jaringan relasi sosial dalam usaha pertambakan seringkali kepemilikan atau penguasaan lahan tambak dengan pemanfaatan berada ditangan yang berlainan. Seperti di Desa Manakku, banyak pemilik tambak yang bertempat tinggal diluar desa. Bahkan jauh dari Kabupaten Pangkep atau di luar Propinsi Sulawesi Selatan. Hal ini merupakan salah satu alasan yang paling banyak dikemukakan, mengapa seorang pemilik tambak menyerahkan pengelolaan kepada pihak lain. Alasan lain yakni seperti kebutuhan uang yang mendesak, dorongan untuk mempertahankan status sosial, berbagi kesempatan kerja, interes pada bidang pekerjaan lain dan sebagainya (Mukhlis, 1988).

Terdapat dua corak pola hubungan sosial yang terjadi dalam penyerahan hak garap tambak oleh pemilik kepada pihak lain. Pertama, hubungan persakapan, yakni perjanjian bagi hasil yang tidak tertulis antara seorang pemilik dengan penggarap atau pengelola. Ketika panen, pemilik tambak-sakap menerima seperlimanya. Petambak-penyakap adalah mereka yang berkududukan perekonomian lemah, oleh karena itu terkait keperluan pengelolaan perlu dipenuhi oleh pemilik tambak. Kedua, hubungan persewaan, suatu kontrak tertulis antara pemilik dengan pihak lain yang lazimnya dilakukan dengan kesaksian pejabat pemerintahan desa. Dalam kontrak dinyatakan kepada penyewa untuk jangka waktu beberapa tahun. Biasanya bervariasi antara 3-20 tahun. Pihak penyewa menyerahkan pembayaran sewanya secara tunai pada saat itu, bervariasi antara Rp. 400.000,- sampai Rp. 600.000,- perhektar/tahun. Dalam hal perubahan konstruksi tambak selama periode ditetapkan dalam kontrak, seorang penyewa mempunyai hak leluasa penuh dalam pemanfaatan tambak. Sistem penyewaan terjadi dikarenakan seringkali terjadi keperluan atas sejumlah uang tunai yang mendesak sehingga terdapat motivasi dalam penyewaan. Maka terjadilah situasi tawar-menawar terkait harga sewa dan jangka waktu penyewaan (Mukhlis, 1988).

Kemudian dalam proses penyaluran, sosok H. Baha menjadi salah satu aktor yang membuka jalur aliran perdagangan ekonomi. Selain memiliki tambak yang luas serta jaringan pemasaran yang cukup masif, beliau bisa dikatakan mampu menguasai pasar yang telah ada. Adapun skema penyaluran yang dijalankannya, dapat digambarkan di bawah ini:



Gambar 1: Skema Jalur Usaha Ikan Bandeng

Sumber: (Diolah dari beberapa hasil wawancara H. Baha. *Wawancara*. Pangkajene, 2024; H. Burhan. *Wawancara*. Labakkang, 04 Februari 2024; Syukur. *Wawancara*. Pangkajene, 14 Agustus 2024).

Skema gambar 1 di atas merupakan jalur usaha penyalur pada umumnya. Jalur penjualan Ikan Bandeng ini yang digunakan oleh H. Baha hingga sekarang ditahun 2000an. Petambak menjual hasil panennya ke H. Baha. Untuk pencatatan awal atau sementara, digunakan di sobekan lembaran kertas kecil dengan bertuliskan nama, banyaknya ikan dan harga penjualan. Hal tersebut dilakukan karena banyaknya antrian para petambak yang hendak menjual Ikan Bandeng. Setelah pencatatan, petambak tersebut akan dibayar langsung. Inilah yang menjadi salah satu alasan mengapa kebanyakan petambak menjual ikannya langsung ke penyalur karena tidak ada lagi proses menunggu. Setelah itu, sembari menunggu petambak lainnya, maka penyalur akan menjualnya atau akan dibeli oleh pengecer, yakni para pedagang pasar ataupun pembeli seperti masyarakat. Dalam proses pencatatan antara pedagang pasar dengan pembeli biasa itu berbeda. Apabila pembeli biasa akan langsung dicatat didalam pembukuan. Sedangkan untuk pedagang pasar akan diberikan secarik kertas dengan mencatat nama dan berapa banyak ikan yang diambil. Dalam proses ini, pada giliran penyalur yang menunggu. Walaupun ada beberapa pedagang pasar yang langsung membayar lunas berapa ikan yang diambil untuk dijual, dengan pertimbangan jumlahnya terbatas. Kebanyakan pembayaran dilakukan ketika ikan yang diambil oleh para pedagang pasar habis terjual. Biasanya *bos* penyalur atau biasa disebut dengan *punggawa ikan* akan menunggu pembayaran sampai duhur, jikalau pembayaran belum tuntas akan ada pegawai juru catat yang akan menunggu.

### 3. Pencatatan dengan Aksara Lontara

Operasi di dalam pasar hampir terus berjalan, bahkan H. Baha menekankan bahwa tempat beroperasinya hampir dikatakan tidak pernah berhenti selama 1x24 jam, dilakukan

dengan sistem bergantian. H. Baha dibantu oleh dua pekerjanya khusus untuk dibidang pencatatan dan perhitungan uang, sekaligus pengecekan barang dan pembayaran. Setelah ikan yang dijual pedagang pasar laku dan kemudian dibayar maka langsung dicatat dalam pembukuan disertakan dengan pengumpulan nota. Pada masa itu tulisan yang digunakan masih menggunakan huruf *lontarak*. Bahkan sampai sekarang di tahun 2000an H. Baha masih menggunakan cara penulisan tersebut. Tidak ada satupun penyalur yang menggunakan sistem pencatatan ini. Aksara lontara, dalam kesusasteraan Bugis telah dikenal sejak abad keenambelas, sebelum agama Islam masuk di Sulawesi Selatan. Aksara Lontara yang dikenal sekarang, adalah hasil penyederhanaan yang dilakukan oleh Daeng Pamatte , seorang Syah bandar Kerajaan Gowa pada abad XVI (Surur, 2018). Mengenai hal tersebut dikatakan H. Baha sebagai sebuah kesenangan. Selain itu, pencatatan yang dilakukan tidak "rumit" dan lebih efektif. Salah satu contoh nota dengan huruf *lontarak* dapat dilihat di bawah ini:



Gambar 2. Catatan penjualan menggunakan huruf lontarak milik H. Baha  
(Sumber: Koleksi Pribadi H. Baha, 2020) Sumber: (Dokumentasi Pribadi, April 2024)

Gambar 2 di atas digunakan H. Baha dengan pertimbangan bahwa lebih singkat dan cepat dalam menulis. Nama yang terdiri dari beberapa huruf bisa menjadi tiga huruf saja. Hal tersebut sangat menghemat waktu dengan pertimbangan banyak orang yang segera mendapat pelayanan. Dari proses yang telah dilalui H. Baha kenyamanan pelanggan menjadi modal utama keberhasilan usaha yang sedang dijalankan. Kemudian, yang paling penting menurutnya adalah seorang pengusaha harus bekerja dengan cepat dan tepat. Pencatatan yang dilakukan H. Baha juga tidak akan mudah dilihat oleh orang lain ataupun pesaing. Karena tidak semua orang mampu membaca huruf *lontarak*. Sesuai dengan pencatatan yang dilakukan H. Baha, yakni diurutkan dari jumlah Ikan Bandeng yang diambil oleh pedagang pasar, biasa juga diistilahkan sebagai pengecer. Kemudian pencatatan nama menggunakan huruf *lontarak* dan setelah itu harga Ikan Bandeng yang diberikan dan pencatatan jumlah bayaran. Bagi yang telah melakukan pembayaran maka akan diberi

tanda silang pada namanya. Pengambilan ikan yang dilakukan oleh pedagang pasar biasanya pada malam hari dan pagi dini hari.

Dalam perkembangannya, pada tahun 1980an penjualan dilakukan pada malam hari dan dini hari, hal tersebut kita dapat jumpai sampai tahun 2000an. Pada malam hari, biasanya sekitar pukul 21.00 WITA beberapa petambak juga banyak yang membawa ikannya ke pasar untuk dijual langsung ke penyalur.

Terdapat yang membawa menggunakan dokar dan sudah ada beberapa menggunakan mobil walaupun tidak banyak. Pada sekitaran tahun ini, biasanya pengangkutan dilakukan beberapa kali dikarenakan masih sulitnya pengantaran ikan. Tidak banyak yang memiliki kendaraan, beberapa diantaranya bahkan kadang menyewa kendaraan (H. Baha. Wawancara. Pangkajene, 2020).

Operasi malam inilah yang banyak pendatang dari luar, seperti penyalur, pengumpul, dan jenis pembeli lainnya. Pada tahun 1970an hingga 1990an, para pembeli dari luar daerah atau kota datang langsung di Pasar Sentral Pangkajene. Ada yang dari Pare-Pare, Sungguminasa, Jeneponto, Bantaeng bahkan Kendari. Salah satu langganan H. Baha bernama Dg Sigala dan H. Paraus di Sungguminasa. Kemudian Karaeng Lipang sebagai penyalur di Jeneponto. Untuk operasi malam, biasanya pembeli dari luar sebanyak 5-10 mobil yang datang mengangkut.

Penyalur yang berasal dari luar daerah membeli Ikan Bandeng di H. Baha dengan sistem langsung bayar. Walaupun terkadang ada yang meminta untuk membayar setengah. Pembeli dari luar kota yang datang di Pasar Sentral selalu di prediksi akan membeli ikan, dikarenakan ketika tidak membeli maka akan mengalami kerugian. Telah datang jauh dan pengeluaran transportasi. Maka dari itu biasanya juga pembeli atau penyalur dan pengumpul dari luar meminta potongan komisi dari keuntungan. Diumpamakan dalam penjualan keuntungan ditarik 6%, maka biasanya pengangkut meminta biaya transportasi 2%. Keuntungan tersebut digunakan untuk pembelian bensin, makan dan minum kopi. Hal tersebut bagi penyalur yang menugaskan seorang pengangkut dan itu tergantung dari kesepakatan mereka. Beberapa lainnya adalah penyalur langsung yang datang di Pasar Sentral Pangkajene.

Dalam melakukan usaha kerjasama dan langganan terhadap pembeli dari luar, perlu ditekankan kerja sama. Bukan hanya pedagang pasar yang kadang mengalami kecurangan yang berakibatkan kerugian bahkan penyalur ataupun pengumpul dari luar daerah pun kadang melakukan kecurangan. Biasanya para pedagang yang diberi modal ikan, tidak membayar sesuai banyaknya ikan yang mereka ambil. Banyak alasan, yakni terjual murah, pembeli sedikit hingga dilakukan penjualan banyak dengan harga yang tidak sebanding.

Untuk penyalur dari luar, biasanya ketika sudah lama bekerja sama maka kerjasama diwaktu-waktu berikutnya akan mengalami masalah pada bagian pembayaran. Ketika sudah menjalin keakraban, biasanya penyalur dari luar meminta untuk pembayaran ikan untuk setengahnya dibayar secara menyusul atau berangsur. Namun yang terjadi, pembayaran bahkan tersendak dan pelunasan bisa selesai dalam jangka waktu yang lama. Semacam tidak ada efek jera, hal tersebut adalah kendala-kendala yang selalu dialami oleh penyalur di Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan. Kendala pembayaran juga terjadi pada petambak yang telah diberi modal. Biasanya petambak diberi modal sesuai dengan luas lahan tambak yang dimiliki,

Biasanya memberi modal hampir sebanyak Rp. 1.000.00,-. Namun setelah panen, walaupun panennya berhasil tetapi petambak yang diberi modal kadang menyeleweng. Hasil panen diperkirakan dengan modal yang diberikan. Ketika hasil panen lebih banyak dari hasil pekiraan maka mereka jual ke penyalur lain dan pengumpul (H. Baha. Wawancara. Pangkajene, 2024).

Dari hasil pemasaran usaha perikanan darat khususnya Ikan Bandeng dalam rentan waktu 1975-1989, jaringan usaha tersebut mengalami perluasan pemasaran. Dengan segala kendala yang dialami para pelaku usaha, tidak sedikitpun mengurungkan semangat mereka untuk tetap melakukan hubungan kerjasama dibidang pemasaran. Perluasan jaringan pemasaran tersebut dapat dilihat pada diagram berikut.

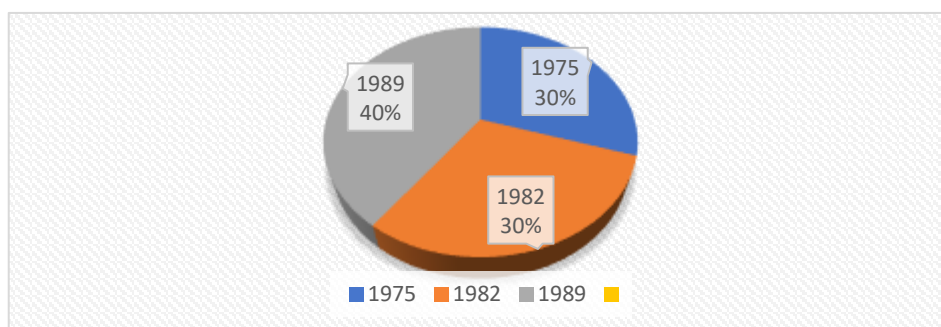


Diagram 1. Pemasaran Ikan Bandeng

Sumber: *(Diolah dari data BPS, 1975; 1982; 1989)*

Berdasarkan diagram 1 di atas, pada tahun 1975 pemasaran Ikan Bandeng dilakukan di Pasar Sentral Pangkajene. Walaupun sudah banyak beberapa pembeli yang berasal dari luar daerah seperti Barru, Makassar, Jeneponto, Bantaeng dan Bone. Hingga pada tahun 1982, bukan hanya penyalur yang membawa jualannya ke daerah luar. Beberapa pedagang keliling juga membawa jualannya menuju pasar yang berada di Maros dan Makassar. Seperti di Pasar Daya, Pasar Terong dan lainnya. Beberapa pengumpul dan penyalur sudah memiliki jaringan yang semakin meluas. Pengumpul dan Penyalur dari Barru, Pinrang, Gowa, Sinjai,

Bone dan daerah lainnya. Hingga pada tahun 1989, pemasaran bukan saja dilakukan di luar kabupaten seperti Makassar, Sungguminasa, Jeneponto, Bantaeng, Bone, Barru, Pinrang dan Sengkang/Wajo. Namun, jaringan pemasaran bahkan telah terjadi antar luar provinsi seperti seperti Kendari dan Gorontalo.

## SIMPULAN

Wilayah pemasaran ikan bandeng tidak hanya bersifat subsisten dan semisubsiten, tetapi telah bersifat komersial. Wilayah pemasarannya hampir semua wilayah di Sulawesi Selatan, bahkan telah dipasarkan di Kendari dan Gorontalo. Pemasaran yang bersifat komersial tidak dapat dilepaskan dari nilai-nilai lokal yang masih dipertahankan sampai sekarang, seperti kejujuran, kaderisasi kultural yang mengakar dan penguasaan terhadap pemasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, N., & Santalia, I. (2023). Eksistensi Kerajaan Siang Di Pangkajene Dan Kepulauan Abad XVI-XVII M (Suatu Tinjauan Islamic Education Cultural). *El-Fata: Journal of Sharia Economics and Islamic Education*, 2(1), 13–28 <https://doi.org/10.61169/el-fata.v2i1.51>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Pangkep. (1977). *Pangkajene dan Kepulauan dalam Angka 1977*. Pangkep: Badan Pusat Statistik Kabupaten.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Pangkep. (2021). *Pangkajene dan Kepulauan dalam Angka 2021*. Pangkep: Badan Pusat Statistik Kabupaten.
- Burhan. *Wawancara*. Pangkajene, 14 Agustus 2024.
- H. Baha. *Wawancara*. Pangkajene, 24 April 2024
- Syukur. *Wawancara*. Pangkajene, 14 Agustus 2024
- Hamsiah, A., & Suriani, S. (2017). Peningkatan Pendapatan Petani Tambak Bandeng Melalui Program Pemberdayaan Masyarakat Desa Kekean Kabupaten Pangkep. *Jurnal Ilmiah Ecosystem*, 17(3), 963–970 <https://doi.org/10.35965/eco.v24i1>
- Wilson, R. M., & Gilligan, C. (2012). *Strategic marketing management*. Routledge.
- Mukhlis. (1988). *Dimensi Sosial Kawasan Pantai*. P3MP.
- Pelras, C. (2021) *Manusia Bugis*. Makassar: Inninawa
- Priangani, A. (2013). Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global. *Jurnal Kebangsaan*, 2(4).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta. <https://doi.org/Doi 10.1016/J.Datak.2004.11.010>

- Surur, A. (2018). Lektur Agama dalam Aksara Lontara Berbahasa Bugis. *Al-Qalam*, 7(2), 24–30. <http://dx.doi.org/10.31969/alq.v7i2.609>.
- Taufiq, M. (2014). Strategi Pemasaran Produk Perikanan. *Dharma Ekonomi*, 19(36).
- Triyanti, R., & Hikmah, H. (2014). Kajian Sosial Ekonomi Pelelangan Bandeng di Kabupaten Pangkajene Kepulauan. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 8(2), 217–230. [10.15578/jsekp.v8i2.5674](http://dx.doi.org/10.15578/jsekp.v8i2.5674)