

POLA PEMASARAN UDANG LAUT (*PENAEID*) DI TUBAN, JAWA TIMUR

Manadiyanto¹⁾, Sastrawidjaja¹⁾, dan Achmad Azizi*

ABSTRAK

Udang laut (*penaeid*) merupakan komoditi perikanan yang memiliki pangsa pasar yang cukup kompetitif dengan pola yang spesifik. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pola pemasaran udang, sehingga dapat dijadikan bahan masukan dalam membuat kebijakan dan perencanaan pembangunan perikanan laut di bidang pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tuban merupakan pusat pemasaran udang terbesar di Jawa Timur dan pola pasar yang terbentuk adalah kemitraan antara nelayan, agen dan ekportir serta penjaminan mutu dengan perjanjian kontrak.

ABSTRACTS: *Marketing pattern of shrimp (penaeid) in Tuban, East Java. By: Manadiyanto, Sastrawidjaja and Achmad Azizi.*

Penaeid shrimp is a fishery commodity which has a competitive market with a specific pattern. The objective of the study is to potrait marketing of this commodity so that it may be used by government as reference for planning and formulating policies regarding fisheries development especially those related to fish marketing. The result shows that Tuban represents the bigger marketing center for penaeid shrimp in Eastern Java, where the marketing pattern is characterized by the occurrence of partnership between fishers, middlemen and exporter and quality assurance which is guaranteed by contract agreement.

KEYWORDS: *penaeid shrimp, marketing, Tuban*

PENDAHULUAN

Sampai saat ini udang termasuk komoditi ekspor unggulan produk perikanan yang diharapkan tetap memberikan kontribusi devisa bagi negara. Potensi lestari sumber daya udang diperkirakan 69.000 ton dan baru dimanfaatkan 60%. Perairan potensial penghasil udang tersebar diseluruh perairan Indonesia mulai dari pantai barat Sumatera, pantai timur Sumatera, pantai utara dan selatan Jawa, Teluk Bone, Selat Makassar, Laut Maluku dan Arafura (Irian Jaya) (Naamin, 1987). Ada 83 spesies udang laut yang terdapat di perairan Indonesia dan 46 spesies yang sering tertangkap oleh nelayan, 9 jenis diantaranya memiliki nilai ekonomis penting dengan populasi yang cukup besar yaitu kelompok udang jerbung (*P. merguensis*, *P. indicus*, *P. Orientali*), kelompok udang windu (*P. monodon*, *P. semiculatus*, *P. latisulcatus*) dan kelompok udang dogol (*M. ensis*, *M. lyssisanassa*, *M. elegans* dan *M. dobsoni*) (Aziz, 1996).

Seiring adanya kebijakan penghapusan trawl (Keppres No.39/1980) maka produksi udang laut mengalami penurunan yang cukup

tajam (Barus, 1987). Hal tersebut dibuktikan dengan nilai ekspor udang yang menurun dari 91% pada tahun 1979 menjadi 78% dan 78% pada tahun 1981 dan 1982. (Rahman, 1982; Tadjudin, 1987).

Untuk mengatasi penurunan produksi dari sektor penangkapan, pemerintah menggalakkan budidaya udang di tambak dengan memanfaatkan hutan mangrove. Hutan mangrove yang terdapat di Indonesia seluas 4,3 juta ha, dengan asumsi bahwa yang dapat dibuat tambak adalah 20% dari luas mangrove maka akan terdapat tambak baru seluas 860.000 ha. Luas tambak tersebut diperkirakan akan mampu memproduksi udang 1,6 ton/ha yang berarti akan dapat menghasilkan udang 137.000 ton/tahun. Tampaknya usaha budidaya tambak udang berlangsung sesaat; tidak lama kemudian usaha tambak ini mengalami kegagalan menyisakan hanya bekas tambak yang membentang luas di sepanjang pantai utara Jawa, pantai timur Sumatera. Dengan kondisi demikian untuk meningkatkan produksi udang, salah satu hal yang dapat dilakukan adalah kembali kelaut melalui penangkapan. Setelah dihapusnya penggunaan trawl (pukat

¹⁾ Peneliti pada Pusat Riset Pengolahan Produk dan Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan