

Peran Pedagang Udang Vaname terhadap Akses Informasi Harga dan Pasar di Muncar, Kabupaten Banyuwangi

The Role of Vaname Shrimp Traders in Accessing Price and Market Information in Muncar, Banyuwangi Regency

*Lathifatul Rosyidah, Agus Suman dan Asfi Manzilati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya
Jl. Veteran, Ketawanggede, Kcc. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65145, Indonesia

ARTICLE INFO

Diterima tanggal : 22 Juni 2023
Perbaikan naskah: 25 November 2023
Disetujui terbit : 12 Januari 2024

Korespondensi penulis:
Email: lathifa23@gmail.com

DOI: <http://dx.doi.org/10.15578/marina.v10i1.12911>



ABSTRAK

Budi daya udang *vaname* mempunyai peranan penting dalam perekonomian masyarakat pesisir di Muncar. Namun, sampai saat ini, kekuatan negosiasi pembudidaya masih lemah dalam menentukan harga dengan pedagang. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis peran pedagang dalam akses dan informasi harga pada pemasaran udang *vaname* di Desa Wringinputih, Kecamatan Muncar, Kabupaten Banyuwangi. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni 2023 dengan menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang pengalaman dan perspektif subjek penelitian. Jenis data pada penelitian ini meliputi data primer dan sekunder. Pengumpulan data menggunakan metode wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi kepada responden kunci, yaitu pembudidaya udang *vaname* dan tiga orang pedagang (*supplier*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang memiliki kendali yang kuat dalam memperoleh akses informasi harga yang memengaruhi kesejahteraan pembudidaya. Oleh karena itu, pemerintah daerah perlu memfasilitasi akses informasi harga bagi pembudidaya agar dapat meningkatkan posisi tawar (*bargaining position*) kepada pedagang udang *vaname*.

Kata Kunci: budi daya udang; rantai pasok; pedagang pengumpul; harga pasar

ABSTRACT

Vaname shrimp farming plays an important role in the economy of coastal communities in Muncar. However, they have less negotiation power in determining prices with intermediaries. This study aims to identify and analyze the role of traders in accessing and price information on Vaname shrimp marketing in Wringinputih Village, Muncar District, Banyuwangi Regency. This research was conducted in June 2023 using a qualitative phenomenological approach to gain a deep understanding of the experiences and perspectives of research subjects. The primary and secondary data were used in this study. Data has been collected using in-depth interviews, observation, and documentation of key respondents, namely Vaname shrimp farmers and traders/suppliers. The results showed that traders have strong control in gaining access to price information that affects the welfare of farmers. Therefore, local governments must facilitate farmers' access to price information to improve bargaining positions for Vaname shrimp traders.

Keywords: shrimp farming; supply chain; middleman; market price

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Udang *vaname* (*Litopenaeus vannamei*) merupakan salah satu komoditas sektor perikanan yang memiliki nilai ekonomi tinggi (Yapanto *et al.*, 2021). Udang ini memiliki potensi pasar yang menguntungkan dan menjadi bisnis yang menarik serta memiliki peluang yang sangat luas (Rivaldi *et al.*, 2022). Salah satu sentra budi daya udang *vaname* terletak di Kabupaten Banyuwangi, khususnya di Desa Wringinputih, Kecamatan Muncar, Provinsi Jawa Timur. Desa tersebut memiliki potensi budi daya udang *vaname* dengan tambak udang mencapai luas 455,62 hektar. Selain itu, terdapat sejumlah rumah tangga perikanan (RTP) sebanyak 303 orang dan rumah tangga

buruh perikanan (RTBP) mencapai 200 orang yang merupakan jumlah terbesar di Kecamatan Muncar (Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuwangi, 2022).

Desa Wringinputih memiliki luas tambak terbesar, yaitu 455,62 hektare, diikuti oleh Desa Sumbersewu dengan luas tambak 37,25 hektare, sedangkan Desa Kedungringin hanya memiliki tambak seluas 4,8 hektare. Rumah tangga perikanan menggambarkan jumlah rumah tangga yang terlibat dalam sektor perikanan di tiap-tiap desa. Desa Wringinputih memiliki jumlah rumah tangga perikanan terbanyak dengan 303 rumah tangga dan diikuti oleh Desa Tembokrejo dengan 3 rumah tangga. Desa Kedungringin dan Kumendung memiliki jumlah rumah tangga perikanan terendah dengan hanya satu rumah tangga. Sementara itu, Desa Wringinputih memiliki jumlah rumah tangga buruh perikanan terbanyak dengan 200 rumah tangga

yang diikuti oleh Desa Sumbersewu dengan 123 rumah tangga. Desa Kedungringin memiliki jumlah rumah tangga buruh perikanan terendah dengan hanya sepuluh rumah tangga (Gambar 1).

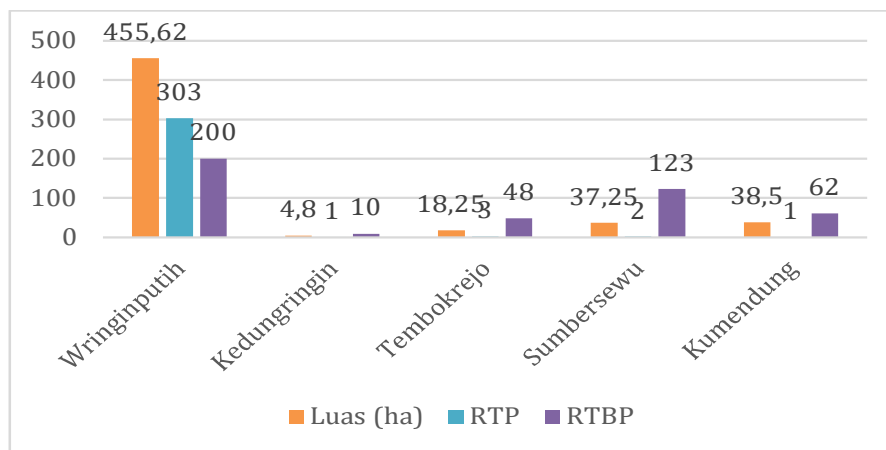
Pemasaran merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh para pengusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup, berkembang, dan mencapai laba dalam usahanya (Darwin et al., 2020). Pemasaran juga merupakan serangkaian kegiatan yang terpadu dalam merencanakan strategi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli atau konsumen dengan tujuan untuk mencapai laba atau keuntungan (Irwanto et al., 2018). Pada kegiatan pemasaran, pembudidaya udang *vaname* membutuhkan peran aktor lain untuk memasarkan hasil panennya melalui suatu lembaga pemasaran. Pembudidaya udang sering kali menghadapi berbagai masalah seperti kemiskinan dan ketidakadilan dalam memasarkan hasil panen mereka. Pedagang memainkan peran dominan dalam hubungan dengan pembudidaya udang, memberikan modal, kekuasaan, status, otoritas, dan pengaruh kepada mereka. Hubungan antara pedagang dan pembudidaya udang ini bersifat tidak seimbang dengan adanya disparitas dalam status, otoritas, kekuasaan, dan pendapatan sehingga menyebabkan ketidakadilan dalam pemasaran udang (Ellen & Hikmah, 2012).

Masalah ketidakadilan pendapatan pembudidaya udang *vaname* terjadi akibat ketimpangan daya tawar dalam negosiasi harga, penentuan harga yang tidak adil (*fair*) yang cenderung menguntungkan pedagang, serta ketimpangan akses pasar dan informasi. Penelitian Zamroni et al. (2021) menunjukkan bahwa pembudidaya tidak memiliki kuasa dalam menentukan harga, sedangkan pedagang dan unit pengolahan ikan (UPI) memegang peran strategis dalam sistem pemasaran udang. Mereka

memiliki akses informasi pasar dan berperan dalam menentukan harga pembelian udang dari pedagang dan pembudidaya. Hal ini menunjukkan bahwa ketidakadilan dalam pemasaran udang *vaname* terjadi akibat ketimpangan kekuatan dan akses yang merugikan pembudidaya. Pasar udang *vaname* didominasi oleh pedagang besar atau perusahaan ekspor. Sementara itu, pembudidaya memiliki akses terbatas pada informasi dan sumber daya.

Pedagang pengumpul memiliki peran sentral dalam rantai pasokan udang *vaname*. Mereka berperan sebagai perantara antara pembudidaya dan pedagang besar, termasuk eksportir udang *vaname*. Keberadaan pedagang pengumpul tersebut dapat memengaruhi akses pembudidaya terhadap pasar, termasuk akses ke pembeli yang akan membayar harga yang lebih tinggi. Sementara itu, menurut Deswati et al. (2020), daerah pemasaran yang berjauhan menyebabkan besarnya biaya distribusi yang harus ditanggung setiap pelaku usaha. Hal inilah yang menjadi celah untuk masuknya peran pedagang dalam rantai pemasaran udang *vaname*.

Akses yang memadai dan informasi harga yang akurat memainkan peran kunci dalam memastikan kelancaran dan keberhasilan pemasaran udang *vaname*. Namun, peran yang dimainkan oleh pedagang dalam memengaruhi akses dan informasi harga tersebut masih menjadi aspek yang perlu dipahami secara lebih mendalam. Dominasi pedagang dalam akses dan informasi harga dapat memengaruhi keberlanjutan dan keadilan dalam rantai pasok pemasaran produk perikanan. Namun, kajian yang mendalam mengenai peran dominan pedagang dalam akses dan informasi harga masih terbatas. Berdasarkan penelitian sebelumnya, sistem penjualan udang *vaname* yang berlaku di Desa Wringinputih tidak memberikan kesempatan



Gambar 1. Luas Tambak, Jumlah RTP, dan Jumlah RTBP di Kecamatan Muncar, Kabupaten Banyuwangi Tahun 2022.

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuwangi (2022)

bagi pembudidaya untuk menjadi penentu harga karena mereka tidak memiliki akses langsung ke gudang dingin (*cold storage*) untuk penjualan. Sebaliknya, para pedagang (*supplier*) yang memiliki perjanjian jual beli dengan pemilik *cold storage* memiliki keuntungan dalam memasok udang ke pabrik sehingga mereka memegang kendali atas penetapan harga di tingkat pembudidaya (Rosyidah *et al.*, 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis peran pedagang dalam akses dan informasi harga pada pemasaran udang *vaname* di Desa Wringinputih, Kecamatan Muncar, Kabupaten Banyuwangi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih baik tentang dinamika pemasaran udang *vaname*, memberikan rekomendasi kebijakan yang relevan untuk meningkatkan aksesibilitas dan transparansi informasi harga, serta dapat memberikan sumbangan pengetahuan baru bagi studi pemasaran udang *vaname*.

Pendekatan Ilmiah

Penelitian ini dilakukan di Desa Wringinputih, Kecamatan Muncar, Kabupaten Banyuwangi. Keberadaan Infrastruktur yang memadai, termasuk tambak udang yang sudah ada, menjadikan Desa Wringinputih sebagai lokasi yang relevan untuk mengkaji peran pedagang dalam akses pasar dan informasi harga pada budi daya udang *vaname*. Pemilihan lokasi ini diharapkan dapat memberikan data dan informasi yang komprehensif mengenai dinamika pemasaran udang *vaname* serta pentingnya transparansi akses informasi harga dalam meningkatkan kesejahteraan pembudidaya dan menciptakan lingkungan pemasaran yang lebih adil dan berdaya saing.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, yang bertujuan untuk mendalami dan mengungkap fenomena yang memiliki keterbatasan informasi publik. Pendekatan fenomenologi dipilih untuk memahami secara mendalam fenomena dan kejadian yang terjadi di lokasi penelitian. Penelitian fenomenologis bertujuan untuk menyelidiki dan mendapatkan pemahaman mendalam tentang pengalaman hidup manusia dalam berbagai aspeknya, seperti objek, kepercayaan, sejarah, budaya, dan perilaku yang bersifat transendental (Tumangkeng & Maramis, 2022). Fenomenologi adalah pendekatan filosofis yang mempelajari pengalaman manusia. Pendekatan ini mengacu pada metode berpikir untuk mendapatkan pengetahuan baru atau mengembangkan pengetahuan yang sudah ada

melalui langkah-langkah logis, sistematis, dan kritis, tanpa didasarkan pada asumsi atau prasangka, serta tidak bersifat dogmatis (Hadi *et al.*, 2021). Sementara itu, menurut Farid (2009), fenomenologi merupakan sebuah studi yang menggambarkan makna dari pengalaman hidup beberapa individu tentang suatu fenomena. Fenomenologi juga merupakan salah satu metode penelitian mendasar yang asumsinya menghargai keunikan manusia dan pengalaman subjektifnya. Penggunaan pendekatan ini diharapkan dapat membantu peneliti dalam menjelaskan secara mendalam dan terperinci mengenai fenomena yang dialami oleh informan kunci sehingga masalah yang diteliti akan menemukan hasil dan penyelesaian.

Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni 2023. Jenis data dalam penelitian ini meliputi data primer dan sekunder. Data primer didapatkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, sedangkan data sekunder berupa bahan-bahan tertulis yang berupa laporan tahunan, hasil penelitian terdahulu (sebelumnya), buku serta publikasi media cetak dan elektronik untuk memperkuat temuan penelitian. Subjek penelitian ini adalah informan kunci dan informan pendukung yang dipilih secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria informan meliputi pemilik tambak udang *vaname*, pedagang udang *vaname*, usaha aktif dengan pengalaman minimal 5 tahun, ketersediaan waktu untuk diwawancarai, dan berdomisili atau memiliki tambak di Desa Wringinputih, Kecamatan Muncar, Kabupaten Banyuwangi. Jumlah informan kunci sebanyak 7 orang pembudidaya dengan skala usaha yang berbeda-beda dan 3 orang pedagang sebagai informan pendukung yang terdiri atas pedagang kecil dan pedagang besar. Penekanan pada jumlah responden ini didasarkan pada pertimbangan kualitatif untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang dinamika hubungan antara pembudidaya dan pedagang dalam konteks udang *vaname* di wilayah tertentu.

Analisis data dimulai dengan reduksi data, yaitu memilah, mengelompokkan, dan memisahkan data yang valid dan relevan. Selanjutnya, data disajikan secara terperinci dan sistematis untuk memberikan informasi dan jawaban terhadap permasalahan yang diteliti. Salah satu teknik untuk menguji validitas data adalah melalui triangulasi. Triangulasi pada penelitian kualitatif dilakukan dengan cara observasi dengan berbagai sudut pandang sehingga didapatkan posisi sebenarnya (kebenaran data) dari apa yang ditelusuri (Manzilati, 2017). Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan metode triangulasi sumber, teknik, dan waktu.

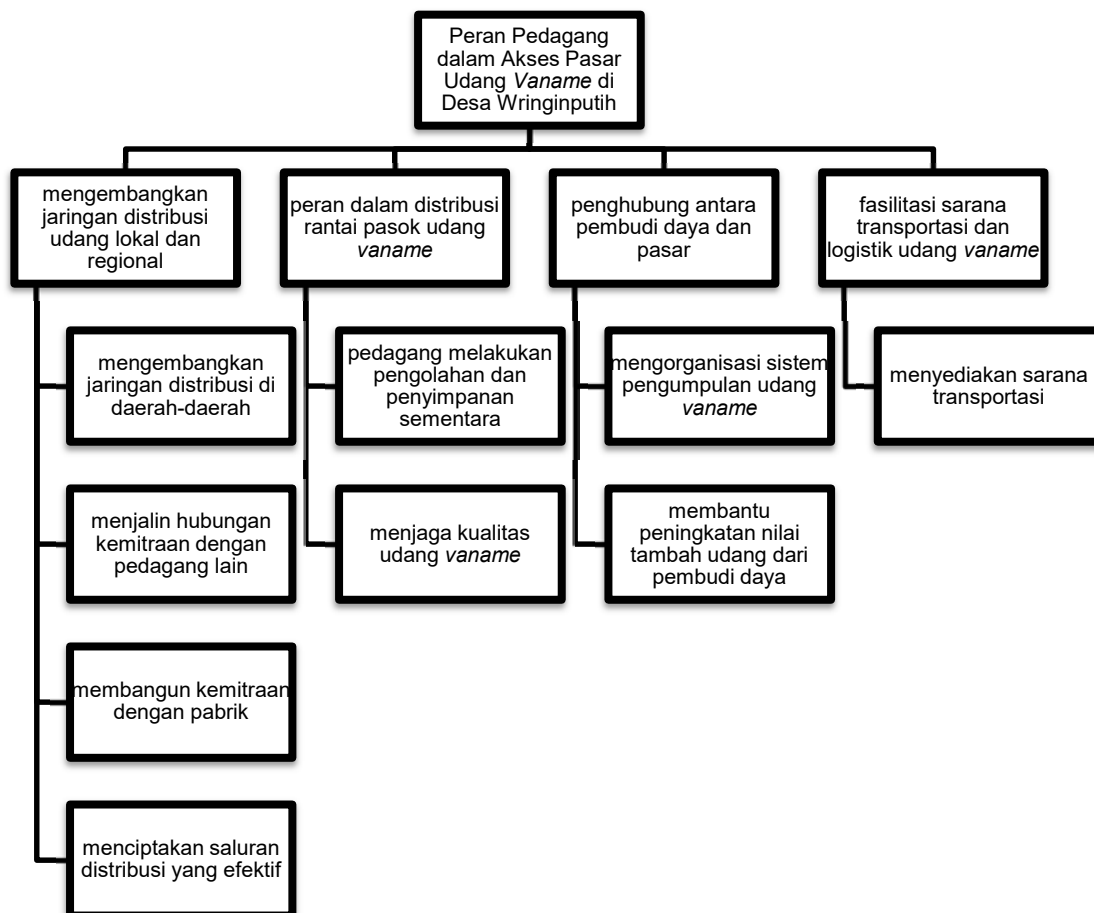
Peran Pedagang Udang Vaname dalam Akses Pasar

Pedagang udang *vaname* Desa Wringinputih tidak hanya berperan dalam pasar lokal, tetapi juga memiliki pengaruh dalam pasar regional. Keberadaan pedagang ini membantu mengembangkan jaringan distribusi udang *vaname* ke daerah-daerah di sekitarnya. Oleh karena itu, pedagang memainkan peran strategis sebagai penghubung antara produsen (pembudidaya) dan konsumen sehingga udang *vaname* dari Desa Wringinputih dapat didistribusikan lebih luas, baik di pasar lokal maupun di pasar regional yang lebih jauh (Gambar 2).

Sejumlah pedagang terlibat dalam pemasaran udang *vaname* di Desa Wringinputih. Jumlah pedagang besar (*supplier*) yang aktif dalam pemasaran sebanyak empat orang, sedangkan pedagang kecil sekitar belasan orang. Keberagaman pedagang tersebut tecermin dalam ukuran dan skala operasional yang mereka miliki. Terdapat pedagang dengan usaha mandiri yang beroperasi dalam skala kecil dan memiliki kapasitas produksi/pemasaran terbatas antara 100-200 kilogram per hari. Di sisi lain, terdapat pedagang dengan skala operasional yang lebih besar yang memiliki sarana dan fasilitas yang lebih memadai. Mereka memiliki kapasitas

untuk mengumpulkan udang dalam jumlah yang lebih besar dan memiliki jaringan distribusi yang lebih luas. Pedagang besar memiliki kapasitas produksi mencapai 1,5 hingga 5 ton per hari.

Pedagang udang *vaname* di Desa Wringinputih berperan dalam rantai pasok udang dari pembudidaya hingga konsumen. Mereka memainkan peran penting dalam memfasilitasi proses distribusi udang *vaname*. Setelah mengumpulkan udang dari pembudidaya, pedagang melakukan pengolahan dan penyimpanan sementara sebelum mengirimkannya ke pasar. Mereka juga bertanggung jawab dalam menjaga kualitas udang selama proses distribusi. Dalam hal pemasaran, pedagang tidak menggunakan strategi yang umum seperti melakukan promosi, tetapi mereka justru menggunakan modal sosial berupa kepercayaan kepada pembudidaya dengan cara menjaga kepercayaan pembudidaya dalam hal pembayaran hasil penjualan. Hubungan yang didasarkan pada kepercayaan tidak selalu berjalan mulus tanpa hambatan. Misalnya, saat terjadi keterlambatan pembayaran, hal itu akan menyebabkan masalah dengan efek berantai (Wicaksana *et al.*, 2020). Maka dari itu, pedagang harus mencegah terjadinya keterlambatan pembayaran tersebut untuk menjaga



Gambar 2. Peran Pedagang dalam Akses Pasar Udang Vaname di Desa Wringinputih.

kepercayaan pembudidaya. Sistem pembayaran dari pedagang ke pembudidaya menggunakan dua cara, yaitu secara tunai dan tempo. Namun, mayoritas sistem pembayaran menggunakan sistem tempo antara 1 sampai dengan 2 minggu. Sementara itu, pembayaran dari pabrik dan tengkulak di pasar rata-rata 30 sampai dengan 35 hari sehingga dalam usahanya, para pedagang membayarkan terlebih dahulu kepada pembudidaya menggunakan modalnya sendiri. Sistem semacam ini yang membuat modal awal yang dikeluarkan oleh pedagang bisa dua hingga empat kali lipat karena adanya masa jeda untuk menunggu pembayaran dari pabrik.

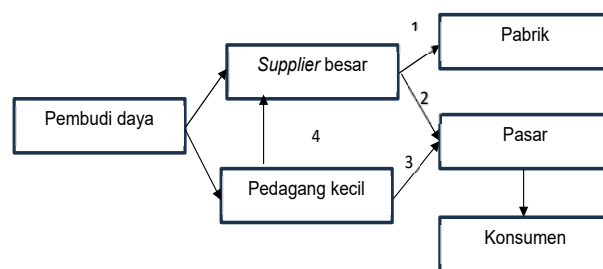
Pedagang udang *vaname* memainkan peran yang dominan dalam akses pasar udang *vaname* di Desa Wringinputih. Hal ini tercermin dari perannya sebagai penghubung antara pembudidaya lokal dan pasar dalam memfasilitasi akses pasar udang *vaname*. Melalui keterlibatan pedagang, pembudidaya dapat memiliki akses yang lebih mudah dan efisien untuk memasarkan hasil tangkapan udang mereka. Pedagang berperan dalam mengorganisasi sistem pengumpulan udang, menyediakan sarana transportasi berupa mobil *pick up* dan truk, dan mengelola logistik agar udang dapat sampai ke konsumen dengan kualitas yang baik. Tanpa adanya pedagang, pembudidaya mungkin akan menghadapi kesulitan dalam memasarkan produk mereka secara langsung. Sama halnya dengan penelitian Yusuf *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa pedagang udang di wilayah Indramayu yang mendistribusikan udang ke berbagai daerah yang menjadi pasar tujuan menggunakan moda transportasi darat, yaitu mobil dan truk. Menurut Halil & Rahmawati (2019), pemasaran produk dinyatakan efisien secara relatif apabila dalam aktivitas pemasaran terjadi proses penciptaan atau peningkatan nilai tambah terhadap produk yang dipasarkan. Selain itu, bagaimana sistem pemasaran tersebut memberikan keuntungan yang sesuai dengan biaya yang dikorbankan oleh pelaku atau pihak pemasaran yang terlibat.

Pedagang udang *vaname* juga memiliki peran penting dalam memfasilitasi transportasi dan logistik udang dari tambak ke pabrik dengan *cold storage* ataupun ke pasar. Mereka menyediakan sarana transportasi dan mengatur pengemasan serta penyimpanan sementara udang agar tetap segar selama proses distribusi. Hal ini memungkinkan udang *vaname* Desa Wringinputih dapat didistribusikan ke pasar-pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun regional. Dukungan logistik yang baik akan menjadikan pedagang mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan aksesibilitas produk udang *vaname*. Menurut Kristikareni *et al.* (2021), transportasi memiliki peranan penting

dalam manajemen rantai pasok udang *vaname* yang meliputi perpindahan barang dari satu tempat ke tempat lainnya. Peran transportasi didukung oleh tersedianya jaringan sarana transportasi yang merupakan indikator konektivitas antarwilayah yang berbeda.

Pedagang udang *vaname* berperan aktif dalam mengembangkan jaringan distribusi udang *vaname* Desa Wringinputih. Keterlibatan pedagang dalam pasar lokal dan regional dapat membantu memperluas jangkauan pasar udang *vaname* tersebut. Mereka menjalin hubungan dengan pedagang lain, membangun kemitraan dengan pabrik, dan menciptakan saluran distribusi yang efektif. Dengan demikian, pedagang memiliki peran dominan dalam menghubungkan produsen (pembudidaya) dengan konsumen serta memfasilitasi arus pasok dan permintaan udang *vaname* (Gambar 3). Pedagang besar juga melaksanakan fungsi distribusi komoditi kepada agen dan pedagang penjagal (Geta Ambartiasari & Rahmat Arfan, 2022).

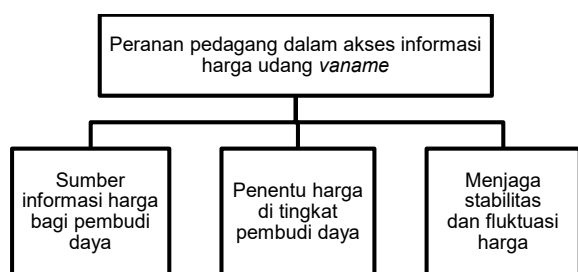
Peran pedagang dalam akses pasar udang *vaname* memiliki beberapa manfaat yang dapat diidentifikasi. Melalui peran mereka sebagai penghubung antara pembudidaya dan pasar, pedagang memungkinkan pembudidaya untuk mendapatkan nilai ekonomi yang lebih tinggi dari hasil tangkapan udang mereka. Keterlibatan pedagang dalam distribusi juga membantu memperluas pasar dan meningkatkan aksesibilitas produk udang *vaname* ke berbagai daerah. Selain itu, dengan mengembangkan jaringan distribusi, pedagang juga dapat memberikan kestabilan harga, mengurangi fluktuasi pasar yang berlebihan, dan mencapai kesepakatan harga. Menurut Purbaningsih (2023), fluktuasi harga selain disebabkan oleh faktor permintaan dan penawaran, harga input produksi juga dapat berdampak pada harga komoditas udang *vaname* secara tidak langsung. Ketika harga input produksi naik, jumlah produksi kemungkinan akan turun. Hal ini dapat menyebabkan kenaikan harga udang *vaname* di pasaran karena pasokan yang berkurang.



Gambar 3. Saluran Pemasaran Udang Vaname di Desa Wringinputih.

Peran Pedagang dalam Akses Informasi Harga Udang Vaname

Adanya informasi pasar sangat menunjang keberhasilan pelaku utama dalam mengembangkan usaha budi daya (Daris *et al.*, 2022). Peran pedagang dalam akses informasi harga udang *vaname* di Desa Wringinputih dapat dilihat dari aspek sumber informasi harga, proses penentuan harga, serta pengaruhnya terhadap stabilitas dan fluktuasi harga. Berdasarkan hasil wawancara mendalam yang telah dilakukan, para pedagang ini memperoleh informasi harga dari berbagai sumber seperti pabrik-pabrik atau *cold storage* dan tengkulak di pasar. Hal ini sejalan dengan penelitian (Kristikareni *et al.*, 2021) bahwa harga udang *vaname* berdasarkan ukuran (*size*) ditentukan secara sepihak oleh unit pengolahan ikan (UPI) dengan mengikuti nilai tukar dolar dan harga pasar luar negeri. Selanjutnya, pedagang pengumpul juga akan menentukan harga udang secara sepihak kepada pembudidaya. Aliran informasi didapatkan melalui media komunikasi, yaitu telepon ataupun *handphone*. Namun, terdapat asimetri informasi yang cukup signifikan antara pedagang dan pembudidaya udang. Menurut Wei *et al.* (2015), informasi asimetri adalah keadaan saat beberapa informasi hanya diketahui oleh satu pihak, sementara pihak lain membuat keputusan dengan informasi terbatas yang tersedia. Pedagang udang *vaname* di Desa Wringinputih pada umumnya memiliki akses lebih luas dan cepat terhadap informasi pasar yang akurat, sedangkan pembudidaya sering kali terbatas dalam mendapatkan informasi harga yang relevan. Hal ini membuat peran pedagang makin dominan dalam mengendalikan akses dan informasi harga udang *vaname* sehingga mereka dapat memanfaatkan situasi ini untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar dan memperkuat posisinya di pasar.



Gambar 4. Peran Pedagang dalam Akses Informasi Harga Udang Vaname.

Pedagang udang *vaname* di Desa Wringinputih mempertimbangkan berbagai faktor dalam menetapkan harga jual udang *vaname*. Faktor-faktor tersebut meliputi biaya transportasi, pengepakan

(*packing*), tenaga kerja, dan harga beli dari *cold storage* ataupun pasar. Rata-rata biaya transportasi yang ditanggung oleh pedagang Rp1.500,00 sampai dengan Rp2.000,00 per kilogram dan ongkos tenaga kerja antara Rp100.000,00 hingga Rp150.000,00 per orang. Selain itu, persaingan antarpedagang juga memengaruhi proses penentuan harga. Menurut (Darwin *et al.*, 2020), tingkat persaingan ini dapat membawa konsekuensi yang beragam, baik positif maupun negatif, bagi pelaku usaha pemasaran udang *vaname*. Upaya pedagang di Desa Wringinputih untuk memperoleh keuntungan yang wajar dan tetap kompetitif di pasar menjadi pertimbangan dalam menetapkan harga jual. Para pedagang memiliki strategi dalam memperoleh keuntungan dengan tidak mengambil margin penjualan udang ke pabrik, tetapi mengambil keuntungan dari persentase kenaikan berat udang/rendemen akibat penyimpanan selama beberapa hari. Rata-rata kenaikan bobot rendemen sebanyak 7—8 persen. Sejalan dengan penelitian Kristikareni *et al.* (2021), penentuan harga udang *vaname* berdasarkan ukuran ditentukan oleh UPI dengan mengacu pada nilai tukar dolar dan harga pasar internasional. Selanjutnya, pengumpul akan menentukan harga udang secara sepihak kepada pembudidaya. Informasi mengenai harga tersebut diperoleh melalui media komunikasi seperti telepon atau telepon seluler (*handphone*).

Fluktuasi harga mengakibatkan ketidakpastian pendapatan, baik bagi petambak maupun pedagang sebagai pelaku dalam proses pemasaran (Azhara & Winandi, 2019). Fluktuasi harga terjadi pada hari-hari besar atau pada saat udang terkena penyakit yang disebabkan oleh beberapa faktor utama. Hal ini menyebabkan harga menjadi lebih murah dan menyebabkan ketidakstabilan harga yang kemudian menjadi masalah dalam pembelian udang oleh pembeli (Krisdayanti, 2020). Pedagang udang *vaname* di Desa Wringinputih juga memiliki keterkaitan dengan fluktuasi harga di pasar. Ketika pasokan udang terbatas, sebetulnya pedagang memiliki kekuatan dalam menaikkan harga untuk mencerminkan permintaan yang tinggi. Namun, pedagang juga bertanggung jawab dalam menjaga stabilitas harga agar tidak terjadi fluktuasi yang berlebihan. Melalui komunikasi dan koordinasi dengan pabrik atau pemilik *cold storage*, mereka dapat mencapai kesepakatan harga yang menguntungkan bagi semua pihak, termasuk pembudidaya. Meskipun harga secara umum ditentukan oleh UPI, terdapat situasi tertentu saat pedagang dapat berkomunikasi dan bernegosiasi tentang harga. Hal ini sering terjadi ketika pasokan udang terbatas dan harga menjadi tinggi.

Pada kondisi sebaliknya, misalnya ketika terjadi panen raya, pembudidaya dan pedagang memiliki lebih sedikit ruang untuk bernegosiasi harga dengan pabrik atau UPI.

Implikasi Peran Dominan Pedagang dalam Pemasaran Udang *Vaname*

Peran dominan pedagang dapat kita lihat di sektor perikanan baik perikanan budi daya maupun perikanan tangkap. Berdasarkan penelitian (Kornitasari *et al.*, 2019) di Malang Selatan, hubungan antara nelayan dan *pengambek* juga tidak selalu menguntungkan kedua belah pihak. *Pengambek* memiliki kekuasaan dalam hubungan ekonomi. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa, baik nelayan dan pembudidaya udang *vaname* sama-sama memiliki kelemahan dalam pengambilan keputusan dan mengembangkan usaha mereka karena terikat oleh kontrak permodalan atau perjanjian yang tidak selalu menguntungkan bagi mereka. Pada kedua situasi, peranan pedagang atau *pengambek* dan ketergantungan pihak lain dalam hubungan ini menggambarkan dominasi peran pedagang dalam akses dan informasi harga.

Peran pedagang sangat penting karena penetapan harga udang umumnya ditentukan oleh pedagang karena adanya informasi harga serta jaringan dengan konsumen baik UPI maupun rumah tangga (Yusuf *et al.*, 2020). Peran dominan pedagang dalam pemasaran udang *vaname* tidak berbeda jauh dengan pemasaran pada sektor pertanian yang dalam hal ini pedagang perantara dan pedagang pengumpul memegang kendali yang dominan (Osak, 2021). Peran dominan pedagang dalam akses dan informasi harga pada pemasaran udang *vaname* mengacu pada kekuatan yang dimiliki oleh pedagang dalam menentukan dan mengontrol informasi harga serta akses pasar bagi para pembudidaya atau produsen udang *vaname*. Para pedagang memiliki peran yang signifikan dalam memengaruhi harga jual dan distribusi udang *vaname* serta dalam menyediakan informasi terkait pasar kepada pembudidaya. Salah satu aspek penting dari peran dominan pedagang adalah kontrol mereka terhadap saluran distribusi dan akses pasar. Pedagang sering kali memiliki kekuatan tawar yang lebih besar dalam memperoleh dan menguasai sumber daya dan infrastruktur yang diperlukan untuk memasarkan produk, seperti jaringan distribusi, akses kepada pembeli, dan pengetahuan pasar yang luas. Oleh karena itu, mereka dapat mengontrol akses pembudidaya ke pasar dan menentukan harga jual udang *vaname*.

Pedagang juga berperan dalam menyediakan informasi harga kepada pembudidaya. Mereka memiliki akses langsung ke informasi tentang keadaan pasar, permintaan, dan harga terkini. Informasi ini menjadi sangat penting bagi pembudidaya dalam menentukan keputusan produksi, penentuan harga jual, dan perencanaan usaha mereka. Pedagang sering kali berperan sebagai perantara antara pembudidaya dan pembeli. Mereka memainkan peran kunci dalam mempertemukan penawaran dan permintaan. Namun, ada potensi adanya ketidakseimbangan kekuatan antara pedagang dan pembudidaya. Ketidakseimbangan ini dapat mengakibatkan ketergantungan pembudidaya pada pedagang dan membatasi akses mereka ke informasi harga yang adil dan transparan. Pembudidaya mungkin terbatas dalam negosiasi harga dan cenderung mengikuti harga yang ditetapkan oleh pedagang. Selain itu, pedagang juga dapat memanfaatkan kekuatan mereka untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar dari transaksi dengan pembudidaya. Mereka memanfaatkan kondisi rasionalitas terbatas (*bounded rationality*) yang dialami pembudidaya dan memunculkan perilaku oportunistik. Mengenai konsep rasionalitas terbatas, Herbert Simon menyatakan bahwa pengambil keputusan memiliki keterbatasan dalam rasionalitasnya. Meskipun rasionalitas sering dianggap sebagai pendekatan yang logis dan sistematis, dalam kenyataannya, orang memiliki keterbatasan dalam menangani situasi yang kompleks (Syofyan, 2019). Sementara itu, perilaku oportunistik adalah tindakan yang dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan melalui praktik yang tidak jujur atau kurang etis dalam proses transaksi (Gustiningsih, 2019).

Analisis keuntungan dan kerugian pembudidaya udang *vaname* akibat peran dominan pedagang dalam akses dan informasi harga melibatkan penelusuran dampak yang timbul dari kekuatan yang dimiliki pedagang terhadap para pembudidaya. Keuntungan bagi pembudidaya udang *vaname* adalah pembudidaya udang *vaname* dapat memiliki akses yang lebih mudah ke pasar dan pelanggan potensial. Pedagang dapat menyediakan saluran distribusi yang efisien dan membantu dalam pemasaran produk. Dengan berinteraksi dengan pedagang, pembudidaya dapat memperoleh informasi berharga tentang keadaan pasar dan menggunakan informasi ini untuk mengambil keputusan strategis dalam produksi dan pemasaran udang *vaname*. Dengan menjalin hubungan dengan pedagang, pembudidaya dapat memperoleh akses ke pelanggan yang mungkin sulit dicapai secara langsung.

Ini memungkinkan mereka untuk memenuhi permintaan pasar dengan lebih baik.

Namun, di samping keuntungan di atas, ada beberapa potensi kerugian bagi pembudidaya udang *vaname*, yaitu (1) dominasi kekuatan pedagang dalam menentukan harga dapat membuat pembudidaya menjadi tergantung padanya. Jika pedagang menetapkan harga rendah, pembudidaya mungkin mengalami penurunan keuntungan atau bahkan kerugian dalam usaha mereka; (2) pedagang memiliki kendali atas informasi harga dan tidak selalu berbagi informasi yang lengkap dan transparan kepada pembudidaya. Hal ini dapat menyebabkan ketidakpastian dalam menentukan harga jual dan mempersulit pembudidaya dalam merencanakan produksi dan pemasaran; (3) jika terlalu tergantung kepada pedagang sebagai saluran distribusi utama, pembudidaya mungkin kehilangan fleksibilitas dan kontrol atas distribusi hasil panen mereka. Jika pedagang tidak memenuhi kewajiban mereka atau membatasi akses pasar, pembudidaya dapat menghadapi kesulitan dalam menjual produk mereka. Namun, pembudidaya udang *vaname* tidak merasakan bahwa dominasi pedagang terhadap akses dan informasi harga sebagai permasalahan. Mereka menganggap bahwa adanya pedagang justru membantu mereka dalam memasarkan hasil panen udang *vaname*.

PENUTUP

Penelitian ini menggunakan konsep ekonomi kelembagaan dengan peran aktor-aktor yang terlibat dalam pemasaran udang *vaname* menjadi fokus utama. Kekuasaan, informasi, dan hubungan sosial berperan penting dalam memengaruhi proses ekonomi. Dalam penelitian ini, pedagang dianggap sebagai aktor krusial yang tidak hanya melakukan transaksi bisnis, tetapi juga memiliki pengaruh dan kekuasaan dalam hubungan ekonomi. Mereka cenderung berkolaborasi dan memengaruhi aliran informasi antara pedagang dan pembudidaya. Selain itu, terdapat potensi bagi pedagang untuk memperoleh keuntungan ekonomi tanpa berkontribusi secara proporsional. Hal ini menciptakan isu potensial terkait dengan rente ekonomi.

Peran dominan pedagang dalam akses dan informasi harga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pembudidaya udang *vaname*. Pembudidaya menghadapi kendala dalam mendapatkan informasi harga yang akurat dan terkini serta memiliki keterbatasan dalam negosiasi

harga dengan pedagang yang memiliki posisi yang dominan. Keuntungan pembudidaya udang *vaname* dapat menurun akibat kurangnya akses informasi harga yang transparan. Keterbatasan ini menghambat kemampuan mereka untuk memperoleh harga yang kompetitif dan mengoptimalkan keuntungan dalam pemasaran produknya. Pembudidaya juga menghadapi kerugian akibat keterbatasan daya tawar dalam negosiasi harga dengan pedagang. Ketergantungan pada pedagang yang memiliki posisi dominan dalam rantai pasok dapat menyebabkan pembudidaya merasa terjebak dan tidak memiliki pilihan yang luas dalam menentukan harga jual.

Implikasi kebijakan dari peran dominan pedagang dalam akses dan informasi harga pada pemasaran udang *vaname* dapat melibatkan tindakan untuk mengatasi ketidakseimbangan kekuatan antara pembudidaya dan pedagang, serta untuk meningkatkan transparansi dan efisiensi pasar. Pemerintah atau lembaga terkait dapat berperan dalam memfasilitasi akses pembudidaya udang *vaname* dalam meningkatkan akses informasi harga yang transparan dan terbaru. Ini dapat dilakukan melalui pendirian pusat informasi pasar, platform dalam jaringan/daring (*online*), atau sistem pemantauan harga yang mudah diakses oleh pembudidaya. Selain itu, pengetahuan dan keterampilan pembudidaya dalam hal pemasaran, negosiasi, dan manajemen bisnis perlu ditingkatkan agar mereka mandiri dalam memasarkan produk. Peran kelembagaan koperasi pembudidaya sangat krusial untuk memberikan nilai tawar dan meningkatkan posisi negosiasi pembudidaya.

PERNYATAAN KONTRIBUSI PENULIS

Pada penulisan karya tulis ini, Lathifatul Rosyidah merupakan kontributor utama serta Agus Suman dan Asfi Manzilati sebagai kontributor anggota.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada LPDP (Lembaga Pengelola Dana Pendidikan), Balai Besar Riset Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan atas dukungan dan kontribusi yang berharga dalam penelitian ini, pembudidaya dan pedagang udang *vaname* di Desa Wringinputih, Dinas Perikanan Kabupaten Banyuwangi, serta semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu atas dukungannya dalam kelancaran dan keberhasilan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Azhara, D., & Winandi, R. (2019). Analisis efisiensi pemasaran ikan bandeng di Kecamatan Tirtajaya, Kabupaten Karawang. *Forum Agribisnis*, 9(1), 69–84. <https://doi.org/10.29244/fagb.9.1.69-84>.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuwangi. (2022). Kecamatan Muncar dalam angka 2022. Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuwangi (ed.). Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuwangi.
- Daris, L., Massiseng, A. N. A., Zaenab, S., & Ali, U. (2022). Pengaruh kinerja penyuluh perikanan terhadap pengembangan usaha budidaya udang windu (*Penaeus monodon*) pada pelaku utama di Kabupaten Maros Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Perikanan*, 12(2), 194–204.
- Darwin, Ola, L. O. La, & Piliانا, W. O. (2020). Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume Kecamatan Poleang Tengah Kabupaten Bombana. *Jurnal Sosial Ekonomi Perikanan FPIK UHO*, 5(1), 35–48.
- Deswati, R. H., Rosyidah, L., & Apriliani, T. (2020). Pengaruh manajemen rantai pasok terhadap performa usaha budi daya udang *vaname* di Provinsi Bali dan Jawa Timur. *Buletin Ilmiah Marina Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 6(2), 113. <https://doi.org/10.15578/marina.v6i2.8474>.
- Ellen, S., & Hikmah. (2012). Hubungan patron-klien pada usaha budidaya udang windu. *Buletin Riset Sosek Kelautan dan Perikanan*, 7(2), 35–40.
- Farid, H. (2009). Pendekatan fenomenologi (Suatu ranah penelitian kualitatif). *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidikan Islam*, 6, 17–33.
- Geta Ambartiasari, & Rahmat Arfan. (2022). Analisis efisiensi saluran tataniaga biji pinang kering di Kecamatan Kuala Kabupaten Nagan Raya. *Formosa Journal of Sustainable Research*, 1(3), 275–286. <https://journal.formosapublisher.org/index.php/fjsr/article/view/857>.
- Gustiningsih, D. A. (2019). Laba bathin dalam perspektif Gunungang Wayang. *Akuntansi Peradaban*, V(2), 252–264.
- Hadi, A., Asrori, & Rusman. (2021). Penelitian kualitatif studi fenomenologi, case study, grounded theory, etnografi, biografi. Dalam CV Pena Persada. <http://repository.uinsby.ac.id/id/eprint/167/>.
- Halil, A., & Rahmawati. (2019). Analisis pendapatan dan efisiensi usaha pembibitan udang *vaname* (*Litopenaeus vannamei*) di Kabupaten Takalar. *Journal TABARO*, 3(2), 373–379.
- Irwanto, T., Novrianda, H., & Wasi, D. (2018). Strategi pemasaran udang *vannamei* pada tambak udang PT Cendana Prioritas Lestari Kabupaten Bengkulu Tengah. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 6(1). <https://doi.org/10.37676/ekombis.v6i1.443>.
- Kornitasari, Y., Manzilati, A., & Efani, A. (2019). Principal agent dalam industri perikanan tangkap: Kontrak yang menguatkan atau melemahkan? (Studi kasus perikanan tangkap di pesisir Malang Selatan). *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 14(2), 197. <https://doi.org/10.15578/jsek.v14i2.7396>.
- Krisdayanti, A. (2020). Tinjauan hukum Islam tentang fluktuasi harga terhadap kesejahteraan petambak udang [Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung]. <http://repository.radenintan.ac.id/11882/1/SKRIPSI.2.pdf>.
- Kristikareni, R. D., Rokhman, A., & Poernomo, A. (2021). Analisis rantai pasok dan biaya transportasi udang *vaname* pada unit pengolahan di Jakarta Utara (Supply chain and transportation cost analysis of *vaname* shrimp at processing plants in North Jakarta). *Buletin Ekonomi Perikanan*, 7(1), 55–70.
- Manzilati, A. (2017). Metodologi penelitian kualitatif paradigma, metode, dan aplikasi (cetakan pertama). UB Press.
- Osak, R. E. M. F. (2021). Pemasaran produk pertanian (Pertanian, peternakan, dan perikanan) (Pertama). CV Eureka Media Aksara. <https://repository.penerbiteureka.com/media/publications/349482-pemasaran-produk-pertanian-pertanian-pet-6bedc23a.pdf>.
- Purbaningsih, Y. (2023). Analisis fluktuasi harga udang *vannamei* di Kabupaten Kolaka. *Maret*, 3(2), 189–198.
- Rivaldi, M. A., Jamil, M., Supristiwendi, & Mahyuddin, T. (2022). Strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan ekspor udang *vaname* (*Litopenaeus vannamei*) (Studi kasus : UD Jumari, Kecamatan Gebang, Kabupaten Langkat). *Jurnal Manajemen Agribisnis dan Agroindustri*, 2(2), 67–75. <https://doi.org/10.25047/jmaa.v2i2.43>.
- Rosyidah, L., Yusuf, R., & Deswati, R. H. (2020). Sistem distribusi udang *vaname* di Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. *Buletin Ilmiah Marina Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 6(1), 51.
- Syofyan, S. (2019). Ekonomi kelembagaan baru dan kebijakan sektor publik beberapa contoh kasus. *Jurnal Ekonomi Keuangan dan Kebijakan Publik*, 1(1), 1–10.
- Tumangkeng, S. Y. L., & Maramis, J. B. (2022). Kajian pendekatan fenomenologi: Literature review. *Jurnal Pembangunan Ekonomi dan Keuangan Daerah*, 23(1), 14–32.
- Wei, J., Govindan, K., Li, Y., & Zhao, J. (2015). Pricing and collecting decisions in a closed-loop supply chain with symmetric and asymmetric information. *Computers and Operations Research*, 54, 257–265. <https://doi.org/10.1016/j.cor.2013.11.021>.

- Wicaksana, I., Nurmalina, R., & Suprehatin, S. (2020). Value chain governance for smoked fish products in the North Coast of Central Java. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, 17(3), 304–314. <https://doi.org/10.17358/jma.17.3.304>.
- Yapanto, L. M., Panigoro, C., & Antu, S. (2021). Pemasaran udang *vaname* (*Litopenaeus vannamei*) di Kabupaten Pohuwato, Indonesia. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 7(2), 659. <https://doi.org/10.37905/aksara.7.2.659-666.2021>.
- Yusuf, R., Deswati, R. H., & Rosyidah, L. (2021). Kinerja rantai pasok dan manajemen logistik komoditas udang di Kabupaten Indramayu, Jawa Barat. *Buletin Ilmiah Marina Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 7(2), 159–167.
- Yusuf, R., Rosyidah, L., Zamroni, A., & Apriliani, T. (2020). Rantai pasok dan sistem logistik udang *vaname* di Kabupaten Pinrang, Provinsi Sulawesi Selatan. *Buletin Ilmiah Marina Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 6(1), 25–35.
- Zamroni, A., Yusuf, R., & Apriliani, T. (2021). Rantai pasok dan logistik udang *vaname* di daerah produksi di Indonesia. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 16(2), 163–178. <http://dx.doi.org/10.15578/jsekp.v15i2.9495>.