

**HUBUNGAN KOMUNIKASI ANTAR PENJUAL DENGAN PEMBELI  
IKAN NILA DI PASAR SENTRA ANTASARI  
BANJARMASIN**

Oleh:

Zainal Hakim<sup>1)</sup>

Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Banjarmasin

Muhammad Yunus Jarmie<sup>2)</sup>

Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Banjarmasin

Deli Anhar<sup>3)</sup>

Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Banjarmasin

**ABSTRACT**

Three objectives to be achieved, the first communication between the members to know the seller. Second to determine the communication between fellow shoppers, and the third to find out the communication between the various sellers with buyers. The experiment was conducted in April, May and June 2013 in the city of Banjarmasin. As a qualitative research, preliminary research was conducted to determine the characteristics of informants in various sellers tilapia and many buyers tilapia.

The results showed that the first communication between the members of the seller is seeking the material, which consists of tilapia as a sideline business, a variety of businesses, specifically businesses. The location of the sale transaction market activity in farming locations, sold in the market and sold freely on the agreement. The second communication between fellow shoppers they give each other the location where the sales information tilapia and tilapia freely purchase, subscription, or in the form of foster father. The third communication between sellers with buyers both in the location of tilapia farming and market centers Banjarmasin Antasari conducted through face-to-face, via telephone, internet, messaging via SMS, or via private message. Communication link between sellers with buyers there is a change of pattern-free relationship, increase in subscription relationship. The relationship progresses foster father and began to develop business partner relationships.

**Keywords: Relationship, Communication, Sellers and Buyers**

## **Pendahuluan**

Allah Swt telah menjadikan manusia masing-masing saling membutuhkan satu sama lain, supaya mereka tolong menolong, tukar-menukar keperluan dalam segala kepentingan hidup masing-masing, baik dengan jalan jual beli, sewa-menyewa, bercocok tanam dan lain-lain, baik dalam urusan kepentingan sendiri maupun kemaslahatan umum.

Hubungan komunikasi antara pelaku penawaran (selanjutnya disebut penjual) dengan pelaku permintaan (selanjutnya disebut pembeli) telah terjalin sejak adanya pasar sentra antasari Banjarmasin. yaitu sejak tahun 1990. Majunya pembangunan transportasi dan kemudahan informasi serta adanya komoditas perikanan introduksi yaitu ikan nila yang telah

berkembang selama 12 tahun, maka terjadi sepertinya pasar sentra antasari berada pada era global.

Berkembangnya usaha penjualan ikan nila di pasar sentra antasari karena berkembangnya budidaya ikan nila di Banjarmasin dan juga ditetangga yaitu kabupaten Banjar. Mereka membudidayakan melalui budidaya kolam dan budidaya keramba, pembuatan kolam banyak dibangun dipekarangan sebagai usaha sambilan dan juga usaha tani monokultur ikan nila. Hal itu menjadikan produksi semakin meningkat yang selanjutnya mempengaruhi dinamika pasar.

Beberapa tujuan yang ingin di capai dengan penelitian tentang HUBUNGAN KOMUNIKASI ANTARA PENJUAL DENGAN

PEMBELI IKAN NILA DIPASAR  
SENTRA ANTASARI BANJARMASIN

: yaitu

1. Mengetahui komunikasi antar sesama penjual
2. Mengetahui komunikasi antar sesama pembeli
3. Mengetahui komunikasi antar berbagai penjual dengan berbagai pembeli
4. Hubungan komunikasi antara penjual dengan pembeli yang diharapkan adalah yang sejajar, hal ini manakala terjadi komunikasi karena berlangganan yang kemudian beralih pada bentuk bapak angkat menuju pada bentuk mitra usaha Hubungan komunikasi pada berbagai variasi penjual (pelaku penawaran) dan berbagai

variasi pelaku pembeli (pelaku permintaan) seperti pada Tabel 2.

Ikan Nila di Indonesia pertama kali didatangkan dari Taiwan ke Bogor (Balai Penelitian Perikanan Air Tawar) pada tahun 1969 konon ikan Nila berasal dari sungai Nil, Mesir, Afrika Utara. Setahun kemudian, ikan ini mulai ditebarkan ke beberapa daerah. Pemberian nama nila berdasarkan ketetapan Direktur Jenderal Perikanan pada tahun 1972. Nama tersebut diambil dari nama spesies ikan ini, yakni nilotica.

Metode pendekatan pada penelitian “HUBUNGAN KOMUNIKASI ANTAR PENJUAL DENGAN PEMBELI IKAN NILA DI PASAR SENTRA ANTASARI BANJARMASIN” dilakukan secara

induktif, spesifikasi penelitiannya secara kualitatif.

Kompleknya fenomena (gejala) yang akan perlu dipahami dalam penelitian “HUBUNGAN KOMUNIKASI ANTAR PENJUAL DENGAN PEMBELI IKAN NILA DI PASAR SENTRA ANTASARI BANJARMASIN” ini, menghantarkan peneliti pada pilihan untuk melakukan penelitian secara kualitatif.

Penelitian dilakukan pada wilayah kotamadya Banjarmasin. Yang berdasarkan publikasi dari dinas pertanian dan perikanan kota Banjarmasin dan di Pasar Sentra Antasari Banjarmasin seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Produksi dan Kawasan Perikanan Kota Banjarmasin Tahun 2

No	Kecamatan	Jenis Komoditas Perikanan	Teknik Budidaya	Luas Areal Kawasan Perikanan (Ha)	Jumlah Produksi/ Th (Ton)
1	Banjarmasin Barat	Nila, Patin, Lele	Budidaya	2	67
2	Banjarmasin Selatan	Nila, Patin, Lele	Budidaya	44,1	164
3	Banjarmasin Timur	Nila, Patin, Lele, Bawal, Gabus	Budidaya	39,5	334,9
4	Banjarmasin Utara	Nila, Patin, Lele, Bawal	Budidaya	5,5	95
5	Banjarmasin Tengah	Nila, Patin, Lele	Budidaya	1,2	37,5

Sumber : Laporan Dinas Pertanian dan Perikanan Kota Banjarmasin.

Informasi perusahaan ikan di kota Banjarmasin terdiri atas perusahaan ikan sistem kolam dan sistem keramba, usaha ikan terus berkembang maju jumlah dan volumenya.

Tabel 2.. Produksi Ikan Tahun 2011

Kecamatan	Nila (Ton)		Patin (Ton)		Lele (Ton)		Bawal (ton)
	Kolam	KJA	Kolam	KJA	Kolam	Net Tanca P	
Banjarmasin Selatan	7		115	16	15		85
Banjarmasin Timur	2.5	71	117		13		
Banjarmasin Tengah	1		34.7		1.5		
Banjarmasin Barat	1.5		52.3		6		
Banjarmasin Utara	3.7		73.5		2.3		
Jumlah	15.7	71	392.5	16	37.8	0	85
Total	86.7		408.5		37.8		85

Kota Banjarmasin.

Sumber : Laporan Dinas Pertanian dan Perikanan Kota Banjarmasin.

Bertolak dari informasi seperti pada Tabel 1 dan Tabel 2 diatas lokasi penelitian pendahuluan dipilih secara sengaja (purposive sampling) yaitu di Jalan Benua Anyar Desa Batu Tunggal. Pertimbangannya adalah dilokasi tersebut ada petani pengusaha ikan sambilan, ada pengusaha ikan nila sebagai bagian dari aneka usaha dan ada pula yang mengusahakan ikan nila saja dalam usaha taninya. Pemaasarannya menurut informasi dari responden (informan) masing-masing variasi usaha tersebut. Selanjutnya untuk lokasi penelitian dipilih pasar sentra antasari Banjarmasin dengan pertimbangan:

1. asar tertua di kota Banjarmasin

2. asar teramai di kota Banjarmasin, khususnya pasar ikan
3. transportasi darat dan transportasi air terpadat

Sumber data terdiri atas:

1. data pendukung, berasal dari publikasi kantor statistik kota Banjarmasin dan laporan tahunan dinas pertanian dan perikanan kota Banjarmasin.
2. hasil wawancara pada informan, dan
3. pengamatan langsung pada saat wawancara dengan informan pada obyek dengan panduan pada alur pikir dan dasar-dasar pada penelitian pendahuluan.

Informan adalah terdiri atas orang-orang yang menjadi pelaku sub fungsi penawaran dan orang-orang yang menjadi pelaku sub fungsi permintaan. Informan sebagai pelaku fungsi penawaran adalah :

1. engusaha usaha tani perikanan ikan nila sistem kolam yang diusahakan secara sambilan (usaha utama bukan usaha tani)
2. engusaha usaha tani perikanan ikan nila sistem kolam yang diusahakan secara aneka usaha tani (melaksanakan beberapa macam usaha tani)
3. engusaha usaha tani perikanan ikan nila sistem kolam yang diusahakan secara khusus (hanya melaksanakan usaha tani ikan nila)

Informan lainnya adalah orang-orang yang menjadi pelaku sub fungsi permintaan (pembeli). Informan tersebut adalah :

1. elaku sub fungsi permintaan (pembeli) yang aktivitasnya kadang-kadang saja.
2. elaku sub fungsi permintaan (pembeli) yang aktivitasnya menjual barangnya P sebagai pedagang langsung ke konsumen.
3. elaku sub fungsi permintaan (pembeli) yang aktivitasnya pedagang perantara.
4. P elaku sub fungsi permintaan (pembeli) yang aktivitasnya sebagai pengumpul.

Penelitian ini yang paling utama adalah pengumpulan data-data dari hasil pengamatan yang didapatkan dari lapangan, dan menyusunnya agar kita memperoleh data yang akurat untuk memenuhi penelitian ini, dalam penelitian menggunakan data secara lisan maupun tertulis sehingga dalam penelitian ini memiliki teknik pengumpulan data, sebagai berikut :

a.

observasi

Penelitian ini akan menggunakan pengumpulan data dengan observasi, dimana peneliti secara langsung mengamati di lapangan atau lokasi penelitian yang telah menjadi objek penelitian, lokasi penelitian ini dilaksanakan tepatnya di pasar sentra antasari Banjarmasin.

b.

wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Lexy J. Moleong, 2005: 186) teknik wawancara dilakukan dengan menyiapkan terlebih dahulu pertanyaan-pertanyaan penelitian atau pedoman wawancara yang sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti nantinya, dan yang akan ditanyakan pada informan.

c.

okumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini meliputi foto-foto, gambar-gambar, dan arsip-arsip yang berhubungan

dengan masalah yang akan diteliti dan bahan dalam pengumpulan data untuk menjawab permasalahan penelitian.

#### Daftar Para Informan.

Sumber : Para Informan.

Penyajian data dibatasi sebagai sekumpulan informasi yang tersusun dan memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data cenderung mengarah pada penyederhanaan atas kompleks kedalam kesatuan bentuk yang sederhana dan selektif sehingga mudah dipahami.

Pola pemasaran secara bebas dan sebagian sudah berada pada hubungan komunikasi secara berlangganan dan perkembangan pada hubungan komunikasi itu lah sekarang

ini berkembang maju menjadi adanya sistem bapak angkat.

Pada sistem ini pembeli (fungsi

No	Nama	Status
1	Muhammad Idrus	Pengusaha Usaha Tani Ikan Nila Secara Sambilan
2	H.Nabhan	Pengusaha Usaha Tani Ikan Nila Secara Aneka Usaha
3	H.Badaruddin	Pengusaha Usaha Tani Ikan Nila Secara Khusus
4	Lukman	Pembeli Yang Kadang-Kadang (Musiman)
5	H.Amrullah	Penjual Ikan Nila Langsung Ke Konsumen
6	H.Zakir	Pedagang Perantara
7	H.Safwan	Aktivitasnya Sebagai Pengumpul
8	Mursinah	Pembeli Untuk Warung Makan

permintaan) menitip uang atau memberikan panjar untuk sejumlah pembelian waktu berikutnya. Kegiatan demikian ini menunjukkan berkembang menjadi sistem kota permintaan dalam sistem mitra usaha.

Pasar Sentra Antasari sebagai objek penelitian tempat bertemunya antara penjual dengan pembeli khususnya di blok penjualan ikan basah yang buka setiap harinya mulai

pukul 03:30 dini hari sebelum subuh sampai pukul 10:00 pagi dengan terbagi beberapa blok penjual ikan seperti pada tabel :

No.	Penjual
1	Blok A Jumlah penjual ikan 45 orang
2	Blok B Jumlah penjual ikan 62 orang
3	Blok C Jumlah penjual ikan 71 orang
4	Blok D Jumlah penjual ikan 41 orang
5	Blok E Jumlah penjual ikan 65 orang
6	Blok F Jumlah penjual ikan 60 orang

Sumber : Pasar Sentra Antasari Banjarmasin 2013.

Bertolak dari hasil penelitian pendahuluan maka untuk memperoleh komunikasi antar penjual (pelaku penawaran) peneliti memperoleh informasi dari petugas lingkup perikanan kota Banjarmasin.

Ir. Hj. Rusmini, MS. Menginformasikan bahwa komunikasi antar penjual dilakukan secara langsung, secara verbal, informasi mengenai harga, pembeli dan pasar. Dikemukakan pula bahwa pemasok ikan nila yang banyak ke pasar Sentra Antasari dari perusahaan ikan di kotamadya Banjarmasin dan juga ada yang berasal dari Kabupaten Banjar.

Informasi yang senada juga dikemukakan oleh Kepala Seksi Produksi Perikanan Kota Banjarmasin Ibu Ir. Hj. Wahidah bahwasanya produksi perikanan di kota Banjarmasin meningkat setiap tahunnya karena para petani ikan sudah paham dalam memelihara ikan baik sistem kolam, karamba, maupun dengan jala apung. Serta mereka mendapatkan penyuluhan tentang

pakan yang cocok untuk pemeliharaan ikan mereka sampai panen dan mendapatkan untung dari penjualan tersebut.

Kata Ibu Ir. Hj. Wahidah petani ikan nila yang membudidayakan jenis ikan nila dengan sistem karamba banyak kita dapati di wilayah Banjarmasin Utara dekat Rumah Sakit Ansyari Saleh Banjarmasin karena disitu airnya mengalir dan tidak pasang surut yang menyebabkan pertumbuhan ikan nila cepat besar, pakan ikan yang diberikan akan tidak tersisa atau tertumpuk didasar karamba, sebaliknya kalau airnya tidak mengalir maka sisa-sisa pakan akan menumpuk didasar karamba yang menyebabkan ikan-ikan nila sering ada yang mati disebabkan air yang ada di atasnya akan keruh. Berbeda dengan

memelihara ikan dengan sistem kolam yang airnya tidak mengalir akan berdampak terhadap lambatnya pertumbuhan ikan tersebut. Perbedaannya budidaya dengan sistem karamba umur ikan 3-4 bulan ukuran ikan yang diperoleh antara 3-5 ons per ekor, sedangkan kalau dengan sistem kolam umur ikan 3-4 bulan hanya mencapai ukuran 2-3 ons per ekor.

Pembeli dalam hal ini sebagai sub pelaku permintaan ada yang bebas, dimana mereka membeli ikan nila bisa langsung datang ke lokasi dan menjualnya ke pasar-pasar dan mereka merasa harga lebih murah dari pada menunggu ditempat dagangannya. Kelebihan dari pembelian dengan cara bebas ini harga yang didapat lebih murah dan untung yang diperoleh lebih banyak dikarenakan hasil

produksi dari petani melimpah sedangkan harga di pasaran tidak naik yang membuat petani ikan memaksa menjual ikannya agar tidak terbebani biaya pakan.

Sedangkan kelemahannya dari pembelian bebas ini disaat harga dipasaran mulai naik, kesempatan ini membuat usaha tani ikan nila menahan produksinya, mereka menjual kepada orang yang berani menawar dengan harga lebih tinggi terkecuali pembeli dengan cara bebas di sini berani bersaing dengan broker lainnya.

Pembeli lainnya ada yang pembelinya secara musiman, mereka membeli ikan nila disaat jualan tetap mereka kosong/tidak ada barang, maka mereka beralih profesi menjadi pembeli ikan nila.

Kemajuan usaha tani ikan nila yang sebagian besar diawali dari usaha tani ikan secara sambilan meningkat menjadi aneka usaha, usaha tani ikan telah memberikan keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan hanya aneka usaha beralih ke monokultur yaitu hanya mengusahakan ikan nila saja. Kemajuan tersebut telah berkembang dari hubungan komunikasi yang bebas ke langganan menjadi sistem bapak angkat. Meningkatnya permintaan akan ikan nila antara lain melalui pasar sentra antasari dan hubungan komunikasi antar pembeli dan penjual dengan komunikasi lainnya maka berkembang usaha tani ikan sebagai aneka usaha utama (khusus) guna memenuhi permintaan yang terus meningkat.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang “HUBUNGAN KOMUNIKASI ANTAR PENJUAL DENGAN PEMBELI IKAN NILA DI PASAR SENTRA ANTASARI BANJARMASIN”

Beberapa kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Komunikasi antar sesama penjual yaitu mengusahakan materi yang dijual yaitu ikan nila sebagai usaha sambilan, mengusahakan sebagai bagian dari aneka usaha, usaha khusus hanya mengusahakan ikan nila sebagai usaha taninya. Lokasi transaksi aktivitas pasar yaitu dijual di lokasi usaha tani, dijual dipasar secara bebas, dijual pada langganan, dan dijual atas dasar adanya perjanjian.
2. Komunikasi antar sesama pembeli lainnya biasanya mereka saling memberikan informasi bahwa dia membeli ikan nila di salah satu penjual baik dilokasi, maupun di pasar yang menjual barangnya lebih murah dengan lainnya serta pelayanan yang baik sehingga pembelian yang darinya bebas menjadi kebentuk berlangganan dan meningkat lagi kebentuk bapak angkat dan seterusnya menjadi mitra usaha.
3. Komunikasi antar penjual dengan pembeli ikan nila baik di lokasi pembudidayaan maupun di pasar sentra antasari Banjarmasin dilakukan melalui tatap muka, lewat telepon, pesan lewat sms, internet, maupun pesan lewat pribadi.

4. Para penyuplai ikan nila yang ada dipasar sentra antasari bukan hanya dari wilayah kota Banjarmasin tetapi ada juga dari daerah lain yaitu daerah kabupaten banjar.

Sebagai tindak lanjut dari kesimpulan yang telah dikemukakan diatas, beberapa saran terkait dengan “HUBUNGAN KOMUNIKASI ANTAR PENJUAL DENGAN PEMBELI IKAN NILA DI PASAR SENTRA ANTASARI BANJARMASIN” sebagai berikut:

1. Kepada para penjual dan pembeli ikan nila di pasar sentra antasari Banjarmasin agar menjaga hubungan komunikasi yang kondusif, supaya kedua belah pihak merasa nyaman saat bertransaksi dan kedua belah pihak

antara penjual dengan pembeli tidak ada saling merugikan seperti kecurangan timbangan, memberikan barang yang rusak, menunda pembayaran dan lain-lain.

2. Kepada para penjual sesama ikan nila di pasar sentra antasari agar membuat persatuan penjual ikan nila supaya penjual ikan nila yang bebas masuk tidak merusak harga pasaran yang sudah ditentukan di pasar sentra antasari Banjarmasin.

3. Kepada para penjual ikan nila di pasar sentra antasari Banjarmasin agar memperhatikan kebersihan tempat jualannya agar para pembeli merasa nyaman saat bertransaksi saat berada di tempat mereka tuju.

4. Kepada penjual dan pembeli ikan nila di pasar sentra antasari

Banjarmasin agar selalu menjaga hubungan komunikasi yang baik agar tidak terjadi hal-hal yang menghambat komunikasi itu sendiri supaya kedepannya menambah motivasi kerja kearah yang lebih maju lagi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Baharsjah, Sjarifuddin. 2003. *Pembangunan Pertanian Berorientasi Agribisnis*. Departemen Pertanian. Jakarta. Cetakan ke VI.
- Berelson, Bernard and Garry A Stainer. 1979. *Communication and Transmission of Information*. Cambridge University press. Massachusetts. Third Edition.
- Berlo, David K, 1970. *The Process of Communication An Introduction to Theory and Practice*. Holt, Rinehart and Winston, Inc. New York – Chicago – San Fransisco – Toronto – London. Second Edition.
- Bernard T, Waluyo Wiryanta, Sunaryo, SP, Astuti, SP, M.B. Kurniawan. 2010. *Budidaya Ikan Nila*. PT. Agromedia Pustaka.
- Effendy, Onong Uchjana, 2008. *Dinamika Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya Bandung.
- Engel, James. F et all, 1990, *Consumer Behaviour*, The Dryden Press, Orlando.
- Gamble Michael W and Teri Kwal
- Gamble, 1986. *Introducing Mass Communication*. Regrow-Willbord Company-New York-Tokyo-Toronto.
- Guba, E.G. and Y.B. Lincoln.1990. *Efective Evaluation*. Joosey Baas Publication. San Fransisco. 7th Edition.
- Gunnarsa, Singgih Dirga, 1983, *Pengantar Psikologi*. Mutiara Jakarta.
- Jarmie, Muhammad Yunus. 1994. *Sistem Penyuluhan Pembangunan Pertanian Indonesia*. Institut Pertanian Bogor. Disertasi.
- Litlejohn, Stephen W. 1983. *Theories of Human Communication*. Wadsworth Publishing Company. Belmont, California. A Division of Wadsworth, Inc. Second Edition.
- Ogura, Takekasu. 1998. *Agricultural Development in Modern japan*. Fuji Publishing Company, Ltd. Tokyo. Japan. The Second Edition.
- Osgood, Clark E. And P.H. Tannebaum. 1977. *The Measurement of Meaning*. Urbana University Press. The Fourth edition.
- Rahmad, Jalaluddin. 1995. *Metode Penelitian Komunikasi*. CV Remaja Karya Bandung.
- Rogers, Everett M. and Floyd F Sekomaker 1991.*Comunication of Inovation*

*The Free Press.* New York. Third Edition

Schramm, Willbur and Daniel Lerner. 2004. *Communication and Change.* The Last Ten Years and The Next. An-East-West Center Book. The University Press of Hawaii. Honolulu. The Third Edition.

Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran,* PT Rosdakarya Bandung.

Usman, Husaini, dan Pramono Setyadi

Akbar. 1996, *Metodologi Penelitian Sosial.* Bumi Akara, Jakarta.

Weiner, Myron. 1998. *Modernization : The Growth Dynamics of Farmer.* Cambridge University Press. Massachusette. The Third Edition.