

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.1.1 PT. Aruna Jaya Nuswantara

Negara Indonesia dikenal sebagai negara maritim dengan garis pantai terpanjang kedua di dunia setelah Kanada, yaitu sepanjang 81.000 kilometer garis pantai yang membentang secara leteral dari barat ke timur. Hal tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara penyimpan kekayaan hasil laut yang begitu berlimpah. Namun, kekayaan hasil laut yang dimiliki tidak berbanding lurus dengan keadaan masyarakat nelayan di Indonesia. Data BPS menunjukkan bahwa pendapatan perkapita nelayan di perairan umum adalah Rp.642.350, sedangkan nelayan laut Rp.737.030. [Asian Development Bank](#) menyatakan penduduk miskin hidup dengan penghasilan sebulan di bawah Rp780.000 (www.adb.org). Data tersebut membuktikan bahwa masyarakat pesisir yang mayoritas berprofesi sebagai nelayan merupakan masyarakat dalam kategori miskin.

Kemiskinan yang di derita oleh masyarakat pesisir disebabkan oleh tidak terpenuhinya hak-hak dasar masyarakat, antara lain kebutuhan akan pangan, kesehatan, pendidikan, pekerjaan, infastruktur. Di samping itu, kurangnya kesempatan berusaha, kurangnya akses terhadap informasi, teknologi dan permodalan, budaya dan gaya hidup yang cenderung boros, menyebabkan posisi tawar masyarakat miskin semakin lemah (sanibo.wordpress.com). Kekurangan modal oleh nelayan akhirnya membawa nelayan berhubungan dengan tengkulak sebagai pemberi modal sekaligus perantara dalam pemasaran hasil tangkapan. Namun tengkulak cenderung membeli dengan harga yang jauh di bawah harga pasaran.

Keikutsertaan tengkulak pada sistem tata niaga perikanan menjadikan saluran tata niaga perikanan semakin panjang serta membawa kerugian bagi nelayan. Saluran Panjang merupakan saluran yang terdiri atas lebih dari 2 pelaku pasar. Perbedaan saluran akan mempengaruhi tingkat harga, bagian keuntungan, biaya dan margin yang diterima setiap pelaku pemasaran produk perikanan. Alhasil harga jual yang didapati oleh nelayan berbanding jauh dengan harga beli konsumen akhir.

Isu kemiskinan nelayan telah menjadi konsentrasi dalam sektor perikanan di Indonesia. Kemiskinan yang di derita nelayan menjadi rentetan penyebab menurunnya

jumlah nelayan menjadi 800 ribu Kartu Keluarga dari 1,6 juta Kartu Keluarga menurut hasil sensus 10 tahun terakhir (detik.com). Isu ini kemudian menjadi peluang bagi PT. Aruna Jaya Nuswantara. Konsep sosial enterprise saat ini telah banyak di lirik oleh generasi muda untuk merintis perusahaannya. Tidak ada pengertian khusus dari sosial enterprise. Namun beberapa praktisi usaha sosial menyimpulkan bahwa sosial enterprise adalah suatu usaha dalam menyeimbangkan aspek bisnis dan aspek sosial dalam suatu kesempatan (usahasosial.com). Secara idealnya sosial enterprise tidak hanya mencari untung namun juga memberikan dampak pada lingkungan dan masyarakat.

Fenomena trend *start up* digital (*Sociopreneurship*) yang memanfaatkan teknologi sebagai platform telah dimanfaatkan PT. Aruna Jaya Nuswantara untuk mengembangkan produk digital *e-commerce*. PT. Aruna Jaya Nuswantara memiliki visi untuk memberikan solusi efisiensi pada mata rantai tata niaga perikanan yang begitu panjang untuk menciptakan perdagangan yang berkeadilan dan transparan. Hal ini bertujuan untuk memberikan solusi atas akar masalah dari isu kemiskinan nelayan yang umumnya disebabkan oleh keterikatan dengan tengkulak yang menyebabkan kurang efektifnya tata niaga perikanan. Sehingga, dapat menciptakan peluang bagi oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab dalam mata rantai tata niaga perikanan.

Inovasi yang diberikan yaitu perusahaan ini fokus pada sektor perikanan dengan langsung melakukan pendampingan pada nelayan di desa pesisir untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir. Kegiatan ini dijalankan dengan visi dan misi untuk mampu membuat ekosistem digital pada masyarakat pesisir dengan memperjelas setiap perannya. Saat ini PT. Aruna Jaya Nuswantara yang bergerak sebagai platform *e-commerce* B2B telah menghubungkan 1700 nelayan ke pabrik pengolahan hasil laut dan pembeli skala besar.

PT. Aruna Jaya Nuswantara berdiri sejak 2015. Dalam usia 3 tahun ini, PT. Aruna Jaya Nuswantara masih berada pada fase pengembangan baik wilayah maupun produk teknologinya. Pada fase pengembangan ini PT. Aruna Jaya Nuswantara telah membuka beberapa miniplant di 7 wilayah pesisir di Indonesia diantaranya; Berau, Sebatik, Lombok, Balikpapan, Kota Baru, Kendari, dan Sorong. Setiap miniplant tersebut akan mendapatkan pembinaan oleh tim lapangan. Pembinaan berupa pendampingan dalam menghimpun hasil tangkapan para nelayan untuk di distribusikan langsung ke pabrik ataupun pembeli skala

besar dan pembinaan kepada ketua kelompok nelayan untuk penggunaan teknologi aplikasi nelayan aruna.

Pembuatan miniplant ini menjadi salah satu langkah awal PT. Aruna Jaya Nuswantara untuk mulai menggait kepercayaan nelayan setempat secara bertahap untuk menjadi mitra nelayan aruna. Fase pengembangan merupakan langkah awal untuk mewujudkan rencana jangka panjang berupa pembangunan infrastruktur di desa pesisir tersebut. Setelah fase pengembangan & pembinaan, fase pelaksanaan, dan fase monitoring di setiap miniplant selesai perusahaan ini akan melepas desa tersebut untuk dapat berjalan secara mandiri dalam penggunaan teknologi aplikasi dan infrastruktur yang sudah disediakan.

Setiap miniplant memiliki fenomena dan tantangan yang berbeda-beda. Diantara ke-7 miniplant tersebut, miniplant yang berada pada Desa Tanjung Batu Kab. Berau yang berhasil berhubungan langsung kepada nelayan. Hal ini menandakan bahwa Desa Tanjung Batu tersebut area miniplant dengan pengimplemtasian yang paling sesuai dengan visi dan misi PT. Aruna Jaya Nuswantara. Sistem kerja nelayan di Desa Tanjung Batu Kab. Berau seluruhnya masih bersifat konvensional dengan alat tangkap jaring, pukat, bubu dan pancing yang rata-rata masih hidup pada kondisi prasejahtera. Banyak faktor yang mempengaruhi keadaan nelayan yang hidup prasejahtera. Faktor Penyebab kehidupan prasejahtera dalam masyarakat nelayan tradisional disebabkan oleh pendidikan yang rendah, peran lembaga ekonomi, kebiasaan nelayan, pekerjaan alternatif, kepemilikan modal, serta teknologi yang digunakan (Haris Hamdani, 2013). Pendidikan yang rendah dan kurangnya pembinaan terhadap nelayan oleh pemerintah atau lembaga membuat nelayan atau masyarakat pesisir setempat kurang menyadari potensi pasar yang besar pada setiap komoditas hasil laut di daerah tersebut.

Di Desa Tanjung Batu Kab. Berau produksi perikanannya tahun 2010 sebesar 7.996 ton, atau 7% dari total produksi perikanan Kalimantan Timur. Namun, nyatanya produksi perikanan yang dimanfaatkan baru sekitar 11,2% (Nur Ansari, 2014). Hal ini menandakan potensi yang ada di Kab. Berau belum dimanfaatkan secara optimal. Hasil laut Desa Tanjung Batu begitu besar dan beragam seperti ikan karang, ikan teri, dan juga rajungan (kepiting laut). Namun, nyatanya tidak seluruh komoditas di budidaya dengan maksimal. Seperti komoditas rajungan yang hanya ditampung oleh 2 pengepul di desa tersebut,

dikarenakan handling yang sulit. Sehingga sedikit sekali nelayan yang mau mencari rajungan karena nilai harga beli yang rendah.

Rajungan merupakan biota laut yang bernilai ekonomis tinggi. Namun, berdasarkan studi lapangan di Desa Tanjung Batu Kab. Berau rajungan tidak dihargai tinggi, hanya Rp. 15.000 – Rp. 20.000 per kilonya. Situasi ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan masyarakat pesisir khususnya yang berperan sebagai pengepul akan potensi pasar rajungan, yang juga disebabkan oleh akses pasar yang tidak terbuka untuk penjualan rajungan. Padahal rajungan merupakan komoditas ekspor dengan permintaan yang begitu besar dari negara-negara barat. Minimnya ketersediaan sistem informasi oleh nelayan menciptakan kondisi-kondisi yang menyebabkan kurangnya optimalisasi budidaya hasil laut.

1.1.2 Revolusi Industri 4.0

Tidak dapat dipungkiri bahwa saat ini dunia sudah memasuki era Revolusi Industri 4.0. Hal tersebut dapat menjadi peluang maupun tantangan bagi Indonesia. Nyatanya berbagai teknologi mulai tercipta untuk membantu pekerjaan dalam kehidupan manusia. Akan tetapi, belum semua penduduk Indonesia mampu mengakses teknologi dengan mudah. Masih terjadi kesenjangan dalam penggunaan teknologi di Indonesia. Akses teknologi terutama teknologi informasi belum dapat di nikmati oleh seluruh masyarakat Indonesia (apjii.or.id). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan data pengguna internet di Indonesia sebagai berikut:



Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia

Data tersebut menunjukkan bahwa sedang terjadi ketimpangan digital di Indonesia, khususnya ketimpangan terjadi di pulau Jawa yang memegang 65% dari seluruh aktivitas internet di Indonesia sebesar 86,3 juta pengguna internet. Ketimpangan tersebut terjadi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kondisi geografi dan topografi Indonesia yang memiliki perbedaan signifikan antar daerahnya. Sehingga masyarakat desa pedalaman yang belum terfasilitasi dengan infrastruktur teknologi masih awam dengan teknologi karena masih sulit dalam mengakses internet.

Salah satu aspek pemerataan pembangunan ialah pemerataan akses di bidang infrastruktur teknologi, agar pembangunan juga dapat terjadi di desa-desa yang menyimpan begitu banyak sumber daya alam, seperti desa sebagai penyuplai hasil-hasil pertanian, lalu desa pesisir yang menyimpan sumber daya perikanan. Namun, pembangunan tidak cukup dengan pembangunan infrastruktur saja, harus disertakan dengan pembangunan sumber daya manusia setempat sebagai pengelola agar dapat mengakses informasi untuk peningkatan produktifitas dan kualitas sumber daya.

Menurut Putri Pradnyawidya (2016) dalam penelitiannya terhadap kebutuhan sistem informasi kenelayanan menyatakan bahwa terdapat banyak aktivitas kenelayanan yang membutuhkan sistem informasi untuk mendukung produktivitas kenelayanan, khususnya pada aktivitas pemasaran. Dalam alur pemasaran produk ikan diperlukan proses tempat untuk jual beli seperti pasar atau TPI (Tempat Penampungan Ikan) supaya nelayan terhindar dari tengkulak. Kemudian penentuan harga standar ikan sesuai dengan harga pasar. Maka informasi yang paling dibutuhkan oleh nelayan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1 Persentase Tingkat Kebutuhan Pemasaran Hasil Laut

No.	Kebutuhan Informasi Mengenai Pemasaran Kelautan	TB	KB	B	SB
1.	Harga Produk Kelautan	62,5%	0%	29,2%	7,5%
2.	Pemasaran Produk Kelautan	62,5%	2,5%	27,5%	7,5%
3.	Permintaan Produk Kelautan	62,5%	1,7%	27,5%	7,5%

Sumber data: Badan Litbang Kemkominfo (dalam Putri Pradnyawidya, 2016)

Dari data diatas maka dapat terlihat bahwa kebutuhan informasi yang sangat dibutuhkan rata-rata sama pada setiap aspek pemasaran hasil laut. Dalam hal ini kebutuhan

informasi kenelayanan yang paling dibutuhkan berada pada aktivitas pemasaran dibandingkan dengan aktivitas lainnya seperti aktivitas produksi dan konsumsi. Namun tingkat kebutuhan tersebut tidak menggambarkan situasi yang sesuai dengan keadaan masyarakat nelayan sebenarnya. Rendahnya SDM dan peralatan yang digunakan oleh nelayan serta keterbatasan akan pemahaman mengenai teknologi menjadi faktor penghambat untuk meningkatkan kesejahteraan desa nelayan (Putri Pradnyawidya, 2016).

Kepemilikan HP oleh masyarakat pesisir sudah tergolong cukup tinggi dan dapat dimanfaatkan untuk menunjang produktivitas nelayan, namun karena ketidaktahuan mereka maka HP digunakan dengan tidak optimal. HP hanya dipakai untuk menunjang komunikasi saja, namun mereka belum mengerti mengenai aplikasi-aplikasi yang di-*install* di HP, yang dapat meningkatkan produktivitas kenelayanan seperti aplikasi BMKG, GPS, dan sebagainya.

Tabel 1.2 pengetahuan mengenai aplikasi kenelayanan

	Aplikasi melaut GPS	Aplikasi melaut Ramalan cuaca	Aplikasi e-commerce	Aplikasi melaut mFish
	%	%	%	%
Tidak	87,6	100	100	100
Ya	12,4	0	0	0
Total	100	100	100	100

Sumber: Survei BPPKI Surabaya 2016 (dalam Putri Pradnyawidya, 2016)

Data tersebut memperlihatkan bahwa belum ada yang memperkenalkan pemanfaatan teknologi untuk produktivitas pekerjaan nelayan. Media komunikasi yang tidak optimal menyebabkan produktivitas untuk menggali potensi kelautan menjadi tidak maksimal, maka hal ini juga mempengaruhi tingkat kesejahteraan masyarakat nelayan. Penelitian yang dilakukan Putri Pradnyawidya terhadap tingkat kebutuhan sistem informasi kenelayan

yang dilakukan pada Kabupaten Situbondo Provinsi Surabaya telah mewakili data dari kebutuhan sistem informasi masyarakat nelayan di Indonesia.

Oleh sebab itu PT. Aruna Jaya Nuswantara berperan sebagai perusahaan yang berupaya menyajikan kebutuhan sistem informasi kenelayan untuk efisiensi dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan akan mempengaruhi peningkatan pendapatan masyarakat nelayan. PT. Aruna Jaya Nuswantara berperan dalam menyajikan sistem informasi pada aktivitas pemasaran. Melalui ide inovatif teknologi e-commerce pasarlaut.com PT. Aruna Jaya Nuswantara menemukan pebisnis komoditas rajungan sehingga dapat menjembatani secara langsung hasil tangkapan rajungan oleh nelayan kepada pabrik-pabrik pengolahan rajungan tersebut. Perusahaan ini berupaya membuka pasar yang lebih luas untuk hasil laut rajungan di desa tersebut.

Menurut Martono (dalam Muhamad Ngafifi: 2014) setiap perkembangan teknologi selalu menjanjikan perubahan, kemudahan, efisiensi, serta peningkatan produktivitas. Saat ini perkembangan teknologi yang begitu cepat telah melahirkan perubahan-perubahan di masyarakat. Teknologi yang diterapkan pada masyarakat desa akan membawa modernisasi yang menyebabkan rubuhnya dinding-dinding pembatas masyarakat konvensional menuju masyarakat modern.

Menurut Srinivas R. Melkote (2008) dalam teori modernisasi, definisi negara modern menyerupai negara-negara industri barat di seluruh bidang masyarakat, termasuk perilaku, institusi politik & ekonomi, sikap terhadap teknologi, ilmu pengetahuan dan adat istiadat budaya. Teori modernisasi berlandaskan ekonomi adalah pendekatan neoklasik yang telah berfungsi sebagai dasar bagi perkembangan ekonomi barat. Teori modernisasi memberikan fondasi epistemologis untuk teori awal dalam komunikasi pembangunan.

Menghadirkan inovasi pada masyarakat pesisir sebagai upaya pembangunan wilayah tentunya membawa tantangan bagi pihak perusahaan. Sosiologi masyarakat nelayan yang akrab dengan ketidakpastian dan resiko yang tinggi karena dipengaruhi oleh iklim dan cuaca yang bersifat musiman menyebabkan masyarakat nelayan memiliki karakter yang keras, tempramen (Satria, 2002). Karakter masyarakat nelayan tersebut tentunya mempengaruhi proses penerimaan ataupun penolak adopsi inovasi tersebut oleh masyarakat wilayah setempat. Everett M. Rogers, yang karyanya menjadi pusat di difusi inovasi, mengidentifikasi unsur-unsur utama dalam analisis tentang gagasan inovasi: (1) inovasi, (2) komunikasinya melalui saluran tertentu, (3) di antara anggota sistem sosial, (4)

dari waktu ke waktu (Rogers, 1971). Difusi inovasi kemudian menekankan sifat dan peran komunikasi dalam memfasilitasi penyebaran inovasi lebih lanjut dalam masyarakat lokal.

Dari penjelasan diatas dapat peneliti simpulkan dengan melihat dari keadaan di wilayah pesisir selama ini bahwa inovasi yang dibawa PT. Aruna Jaya Nuswantara dapat bermanfaat di masyarakat. Menurut Tornatzky dan Fleischer (1990) setiap inovasi akan melalui proses difusi. Difusi adalah proses di mana inovasi dikomunikasikan atau disebarkan melalui saluran tertentu untuk periode tertentu, di antara anggota sistem sosial (Rogers; 1995: 5-6). Namun jika dilihat dari karakter masyarakat nelayan yang memiliki watak keras maka proses diseminasi inovasi mempunyai tantangan yang besar. PT. Aruna Jaya Nuswantara yang berada pada tahap pengembangan tentunya mengalami tantangan yang besar dalam merubah pandangan masyarakat di lokasi penelitian untuk dapat menerima penerapan inovasi dan mengadopsi inovasi pada sistem perdagangan hasil laut dan perikanan. Maka berawal dari hal tersebut, **Peneliti ingin Mendapatkan Gambaran tentang Difusi Inovasi pada Sistem Perdagangan Hasil Laut Rajungan oleh PT. Aruna Jaya Nuswantara.** Difusi atau penyebaran yang dilakukan akan mempengaruhi proses keputusan adopsi inovasi dan sejauh mana dampaknya pada masyarakat di Desa Tanjung Batu Kab. Berau.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian bahwa PT. Aruna Jaya Nuswantara yang berada pada tahap pengembangan mengalami tantangan dalam merubah pandangan masyarakat di lokasi penelitian untuk dapat menerima penerapan inovasi dan mengadopsi inovasi pada sistem perdagangan hasil laut dan perikanan yang dijelaskan maka yang menjadi fokus penelitian adalah Bagaimana Gambaran tentang Difusi Inovasi pada Sistem Perdagangan Hasil Laut Rajungan oleh PT. Aruna Jaya Nuswantara di Desa Tanjung Batu Kab. Berau?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini ditetapkan tujuan untuk menfokuskan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Gambaran tentang Difusi Inovasi pada Sistem Perdagangan Hasil Laut Rajungan oleh PT. Aruna Jaya Nuswantara di Desa Tanjung Batu Kab. Berau.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan peneliti dari penelitian ini mencakup pada dua aspek, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini kelak diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi bidang komunikasi pembangunan dan sosial budaya. Serta dapat menjadi tambahan referensi pustaka, khususnya penelitian tentang difusi inovasi pada masyarakat lokal.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan penjelasan kepada para komunitas, *social entrepreneurship*, *social enterprise*, pemerintah, dan pemangku kepentingan di masyarakat tentang proses penerapan difusi inovasi pada masyarakat lokal.

1.5 Waktu Dan Periode Penelitian

Adapun kegiatan penelitian yang dilakukan oleh peneliti berlangsung selama enam bulan sejak bulan Juni hingga November. Rincian kegiatan penelitian dapat dilihat pada tabel 1.3 berikut ini.

Tabel 1.3

Waktu Dan Periode Penelitian

Kegiatan	Bulan					
	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Pengumpulan data sekunder berupa informasi dari studi literatur						
Penyusunan proposal penelitian						
Pengumpulan berkas proposal (Desk evaluation)						

Pengumpulan data primer dengan wawancara dan observasi dilapangan						
Pengolahan data dan penyusunan laporan						