

Dari Praktik Palele Ke Media Sosial: Transformasi Peran Istri Nelayan Dalam Sistem Pemasaran Ikan Di Pulau Jampea, Kepulauan Selayar

Ashari Ramlan¹, N.N. Putri Nursanti², Intan Sidauruk³, R.K.K. Dian Yuniarti⁴

^{1,2,3,4} Universitas Negeri Manado, Indonesia

e-mail: ashariramlan@unima.ac.id¹, putrinursanti@unima.ac.id²,
intansidauruk@unima.ac.id³, renikartinikdy3@unima.ac.id⁴

Abstrak

Praktik pemasaran hasil perikanan pada masyarakat pesisir kepulauan mengalami perubahan struktural yang signifikan seiring penetrasi teknologi digital ke wilayah-wilayah terpencil. Penelitian ini bertujuan menganalisis transformasi peran istri nelayan dari praktik *palele* yang merupakan sistem pemasaran ikan tradisional berbasis kepercayaan dan relasi sosial menuju pemasaran berbasis media sosial di Pulau Jampea, Kepulauan Selayar. Pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus instrumental digunakan untuk mengeksplorasi dinamika perubahan tersebut secara mendalam. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan 18 informan yang terdiri atas istri nelayan, nelayan, pedagang pengepul, dan tokoh masyarakat, dilengkapi observasi partisipatoris dan studi dokumentasi selama tiga bulan (Januari–Maret 2026). Seluruh informan telah memberikan persetujuan partisipasi secara sukarela. Analisis data mengikuti model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2018). Hasil penelitian menunjukkan tiga temuan utama: pertama, praktik *palele* merupakan sistem distribusi yang melekat (*embedded*) dalam struktur kepercayaan dan relasi sosial komunitas nelayan. Kedua, perempuan pesisir bertransformasi dari pedagang keliling menjadi pelaku pemasaran digital aktif melalui WhatsApp dan Facebook. Ketiga, adopsi media sosial tidak menghapus relasi sosial lama, melainkan merestrukturisasi modal sosial perempuan ke dalam ruang digital yang lebih luas. Temuan ini berkontribusi pada pemahaman teoritis mengenai *embeddedness* ekonomi Granovetter dalam konteks transformasi digital serta relasi kuasa gender Bourdieu pada komunitas pesisir kepulauan.

Kata Kunci: Palele, Istri Nelayan, Transformasi Digital, Pemasaran Ikan, Modal Sosial, Masyarakat Pesisir.

Abstract

Fish marketing practices in island coastal communities have undergone significant structural changes with the penetration of digital technology into remote areas. This study aims to analyze the transformation of fishermen's wives' roles from the *palele* practice a traditional fish marketing system based on trust and social relations toward social media-based marketing in Jampea Island, Selayar Islands. A qualitative approach employing an instrumental case study design was used to explore these dynamics in depth. Data were collected through in-depth interviews with 18 informants comprising fishermen's wives, fishermen, fish collectors, and community leaders, complemented by participatory observation and documentary study over three months (January–March 2026). All informants provided voluntary informed consent prior to participation. Data analysis followed the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña (2018). Results reveal three principal findings: first, the *palele* practice constitutes a distribution system embedded in trust structures and social relations of fishing communities. Second,

coastal women transform from itinerant traders into active digital marketers via WhatsApp and Facebook. Third, social media adoption does not erase prior social relations, but restructures women's social capital into a broader digital space. These findings contribute to a theoretical understanding of Granovetter's economic *embeddedness* in the context of digital transformation and Bourdieu's gender power relations in island coastal communities.

Keywords: Palele, Fishermen's Wives, Digital Transformation, Fish Marketing, Social Capital, Coastal Communities.

LATAR BELAKANG

Masyarakat pesisir kepulauan di Indonesia menyimpan keragaman praktik ekonomi lokal yang terbentuk melalui proses historis panjang dan berakar kuat pada struktur sosial-budaya setempat. Di antara praktik-praktik tersebut, sistem pemasaran ikan tradisional yang dikenal dengan istilah *palele* di wilayah Kepulauan Selayar merupakan salah satu bentuk ekonomi moral yang mencerminkan relasi kepercayaan, resiprositas, dan solidaritas komunal antara nelayan, istri nelayan, dan konsumen. Dalam sistem ini, istri nelayan memainkan peran sentral sebagai agen distribusi yang tidak hanya berfungsi sebagai pedagang, tetapi juga sebagai pengelola modal sosial dan jaringan kepercayaan yang menjamin keberlanjutan rantai distribusi ikan dari perahu langsung ke tangan konsumen (Satria, 2015; Roberts et al., 2022).

Namun, penetrasi teknologi digital yang semakin masif terutama melalui perluasan jaringan internet dan kepemilikan *smartphone* yang terjangkau telah memicu perubahan mendasar dalam praktik pemasaran ikan di komunitas-komunitas pesisir terpencil, termasuk di Pulau Jampea. Platform media sosial seperti WhatsApp dan Facebook kini dimanfaatkan oleh istri nelayan untuk memasarkan hasil tangkapan secara langsung kepada konsumen yang lebih luas, melampaui batas geografis yang selama ini membatasi jangkauan sistem *palele* konvensional. Transformasi ini tidak sekadar berdimensi teknologis, melainkan menyentuh inti relasi sosial, struktur kekuasaan gender, dan modal sosial perempuan pesisir (Leonardi et al., 2024; Goma et al., 2025).

Di Indonesia, kajian mengenai peran istri nelayan telah dilakukan di berbagai wilayah (Soputan et al., 2020; Sella & Safitra, 2024; Wardhani et al., 2023; Fikri et al., 2023; Susilowati & Mafruhah, 2023), namun kajian yang secara spesifik menganalisis transformasi dari sistem pemasaran tradisional lokal seperti *palele* di Selayar menuju pemasaran berbasis media sosial masih sangat terbatas. Kesenjangan penelitian ini menjadi signifikan mengingat bahwa transformasi digital tidak berlangsung di ruang hampa sosial, melainkan berinteraksi kompleks dengan praktik ekonomi yang telah mengakar dalam struktur kepercayaan komunal dan sistem patron-klien yang khas Sulawesi Selatan (Miñarro et al., 2016; Roberts et al., 2022).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini merumuskan tiga pertanyaan penelitian: (1) Bagaimana mekanisme dan logika sosial-ekonomi yang menopang praktik *palele* sebagai sistem pemasaran tradisional ikan di Pulau Jampea? (2) Bagaimana transformasi peran istri nelayan berlangsung seiring adopsi media sosial? (3) Bagaimana relasi antara modal sosial tradisional berbasis kepercayaan dan kapital digital yang terbentuk melalui pemasaran berbasis media sosial?

TINJAUAN PUSTAKA

Palele sebagai Praktik Ekonomi yang Melekat (Embedded Economy)

Konsep *embeddedness* yang dikembangkan oleh Granovetter (1985) memberikan kerangka analitis yang tepat untuk memahami praktik *palele*. Granovetter berargumen bahwa tindakan ekonomi tidak berlangsung dalam isolasi, melainkan melekat dalam jaringan relasi sosial yang konkret dan berkelanjutan. Agen ekonomi tidak bertindak sebagai atom yang bebas dari konteks sosial, melainkan sebagai individu yang tindakannya dibentuk oleh struktur

kepercayaan, norma, dan obligasi resiprositas dalam komunitas. Teori ini kemudian dikembangkan lebih lanjut dalam konteks jaringan digital oleh Li dan Fei (2023) yang menunjukkan bahwa *network embeddedness* tetap relevan bahkan dalam transformasi ekonomi digital.

Dalam konteks komunitas nelayan di Sulawesi Selatan, praktik *palele* yang dalam literatur setempat juga disebut *papalele*, merujuk pada pelaku perdagangan perantara merupakan sistem perantara perdagangan ikan yang telah menjadi bagian integral dari rantai distribusi perikanan tradisional. Sistem *pongawa-sawi* yang mendominasi komunitas nelayan Bugis-Makassar menopang relasi patron-klien yang kompleks, di mana nelayan bergantung pada modal *pongawa* dan wajib menjual tangkapan kepada mereka dengan harga yang telah ditentukan. Roberts et al. (2022) melalui analisis rantai nilai di kepulauan Spermonde menunjukkan bahwa patron-klien memberikan keuntungan perdagangan yang tidak proporsional kepada patron dibandingkan nelayan klien, sementara Miñarro et al. (2016) mengidentifikasi bahwa relasi ini secara langsung memengaruhi perilaku penangkapan ikan artisanal.

Peran Perempuan dalam Perikanan Skala Kecil

Perempuan menyumbang hampir separuh tenaga kerja sektor perikanan global, namun kontribusi mereka terutama dalam aktivitas pasca-tangkap seperti pengolahan, pengawetan, dan pemasaran secara historis tidak terhitung dalam statistik resmi dan tidak diakui dalam kebijakan pengelolaan sumber daya (Chambon et al., 2024; Weeratunge et al., 2010). Kleiber et al. (2015) menegaskan bahwa pendekatan berbasis gender dalam penelitian perikanan tidak hanya relevan secara sosial, tetapi juga krusial secara ekologis, karena pola penangkapan dan pengelolaan sumber daya perempuan memiliki karakteristik tersendiri. Harper et al. (2020) memperkirakan bahwa perempuan berkontribusi sekitar tiga juta ton tangkapan laut per tahun secara global, menegaskan urgensi penelitian yang menempatkan perempuan sebagai subjek analisis utama.

Di Indonesia, peran istri nelayan dalam menopang ekonomi rumah tangga telah terdokumentasi di berbagai wilayah. Soputan et al. (2020) menemukan bahwa istri nelayan di Kota Manado menjalankan berbagai peran produktif untuk mengatasi ketidakstabilan pendapatan dari sektor perikanan, termasuk berdagang ikan, mengolah hasil laut, dan mengelola keuangan rumah tangga. Wardhani et al. (2023) mengidentifikasi bahwa pemberdayaan berbasis gender pada nelayan skala kecil di Kabupaten Batang dapat memperkuat ketahanan ekonomi pesisir secara substansial. Sella dan Safitra (2024) menunjukkan bahwa perempuan nelayan di wilayah pesisir Bengkulu masih menghadapi hambatan struktural berupa keterbatasan akses modal dan jaringan pasar. Pada level komunitas pesisir Juwana, Pati, perempuan dalam rumah tangga nelayan berperan tidak hanya dalam urusan domestik tetapi juga aktif dalam pengolahan ikan, kewirausahaan, dan manajemen koperasi (Wardhani et al., 2025).

Transformasi Digital dan Pemasaran Berbasis Media Sosial dalam Sektor Perikanan

Adopsi teknologi digital dalam sektor perikanan Indonesia telah menjadi subjek kajian yang berkembang pesat, terutama setelah akselerasi yang dipicu oleh pandemi COVID-19. Goma et al. (2025) menemukan bahwa media sosial telah berkembang menjadi bentuk modal ekonomi tersendiri bagi komunitas nelayan di Kota Kupang, memungkinkan akses langsung ke jaringan konsumen yang lebih luas tanpa perantara konvensional. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi digital komunitas nelayan tidak bersifat seragam, melainkan dinegosiasikan secara kontekstual berdasarkan kapasitas literasi digital, infrastruktur jaringan, dan norma sosial setempat.

Leonardi et al. (2024) mengungkap bahwa adopsi teknologi informasi dan komunikasi digital oleh perempuan pengolah ikan skala mikro di Jakarta menghadapi hambatan berlapis, meliputi keterbatasan literasi digital, beban ganda peran domestik-produktif, dan norma gender yang membatasi mobilitas dan akses terhadap jaringan pasar. Hambatan-hambatan ini sejalan dengan temuan global bahwa transformasi digital dalam komunitas nelayan tidak

dapat dipahami semata-mata sebagai proses teknologis, melainkan harus dianalisis dalam keterkaitannya dengan struktur gender dan modal sosial yang lebih luas (Chambon et al., 2024; Kleiber et al., 2015). Putri et al. (2024) juga menemukan bahwa penggunaan internet secara signifikan memengaruhi kesejahteraan subjektif nelayan skala kecil di Indonesia, menegaskan relevansi dimensi digital bagi komunitas perikanan artisanal.

Perspektif Teoritis: Embeddedness dan Relasi Kuasa Gender Bourdieu

Penelitian ini dibangun di atas dua kerangka teoritis yang saling melengkapi. Pertama, teori *embeddedness* Granovetter (1985) digunakan untuk menganalisis bagaimana tindakan ekonomi baik dalam praktik *palele* maupun pemasaran digital selalu melekat dalam jaringan relasi sosial yang memberikan makna, kepercayaan, dan legitimasi bagi transaksi ekonomi tersebut. Li dan Fei (2023) mengembangkan perspektif ini dalam konteks transformasi digital, menunjukkan bahwa *network embeddedness* memediasi hubungan antara transformasi digital dan kinerja ekonomi pelaku usaha.

Kedua, konsep modal sosial, *habitus*, dan *arena (field)* Bourdieu sebagaimana diaplikasikan oleh Ndu (2022) digunakan untuk menganalisis bagaimana transformasi peran perempuan nelayan berinteraksi dengan struktur kuasa gender yang telah mapan. *Habitus* gender perempuan pesisir disposisi yang dibentuk oleh pengalaman historis dalam arena produksi dan distribusi ikan tidak serta-merta terhapus oleh adopsi teknologi digital, melainkan mengalami negosiasi dan reposisi dalam arena yang baru. Sintesis kedua kerangka ini memungkinkan analisis yang komprehensif terhadap dimensi ekonomi, sosial, dan gender dari transformasi yang dikaji.

METODE

Pendekatan dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus instrumental (*instrumental case study*) sebagaimana dikembangkan oleh Creswell dan Poth (2018). Pemilihan desain studi kasus didasarkan pada pertimbangan bahwa fenomena transformasi peran istri nelayan dari praktik *palele* menuju pemasaran berbasis media sosial merupakan fenomena yang terikat konteks (*context-bound*) dan memerlukan pemahaman mendalam atas keterkaitan antara agen dan struktur sosial yang spesifik di Pulau Jampea. Yin (2018) menegaskan bahwa studi kasus merupakan strategi yang tepat untuk menginvestigasi fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata, terutama ketika batas antara fenomena dan konteks tidak sepenuhnya jelas.

Etika Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan memperhatikan prinsip-prinsip etika penelitian yang berlaku. Sebelum pengumpulan data, seluruh calon informan diberikan penjelasan mengenai tujuan, prosedur, manfaat, dan risiko penelitian secara lisan dan tertulis. Partisipasi bersifat sukarela dan informan berhak mengundurkan diri sewaktu-waktu tanpa konsekuensi. Persetujuan tertulis (*informed consent*) diperoleh dari seluruh 18 informan sebelum wawancara dilaksanakan. Untuk informan yang membagikan rekaman percakapan WhatsApp, izin khusus diperoleh secara terpisah dengan penjelasan mengenai penggunaan data tersebut. Kerahasiaan identitas informan dijaga melalui penggunaan kode (IN-1 s.d. IN-10, NL-1 s.d. NL-4, PG-1, PG-2, TM-1, TM-2) dalam seluruh laporan penelitian.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Pulau Jampea, Kecamatan Pasimasunggu, Kabupaten Kepulauan Selayar, Provinsi Sulawesi Selatan. Pemilihan lokasi didasarkan pada tiga pertimbangan: (1) Pulau Jampea merupakan wilayah kepulauan terluar yang memiliki tradisi perikanan laut yang kuat dan praktik *palele* yang masih aktif; (2) telah terjadi adopsi media sosial oleh istri nelayan yang dapat diamati secara empiris; dan (3) keterjangkauan jaringan internet seluler dalam beberapa tahun terakhir telah memungkinkan transformasi pemasaran

digital. Pengumpulan data dilaksanakan selama tiga bulan, yakni dari bulan Januari hingga Maret 2026.

Teknik Penentuan Informan

Penentuan informan dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria yang telah ditetapkan. Secara keseluruhan, 18 informan berpartisipasi dalam penelitian ini. Prinsip saturasi data diterapkan untuk menentukan kecukupan jumlah informan. Profil informan secara lengkap disajikan dalam Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Profil Informan Penelitian

No.	Kategori Informan	Jml	Kode	Usia	Pendidikan	Keterangan
1	Istri nelayan (palele konvensional)	5	IN-1 s.d. IN-5	38–58 thn	SD–SMP	Masih aktif berdagang secara langsung
2	Istri nelayan (adopsi media sosial)	5	IN-6 s.d. IN-10	26–44 thn	SMP–SMA	Menggunakan WhatsApp dan/atau Facebook
3	Nelayan (suami)	4	NL-1 s.d. NL-4	35–55 thn	SD–SMA	Aktif melaut, suami dari sebagian informan
4	Pedagang pengepul (pongawa)	2	PG-1, PG-2	45–60 thn	SMP–SMA	Berperan sebagai patron dalam sistem palele
5	Tokoh masyarakat	2	TM-1, TM-2	50–65 thn	SMA–S1	Tokoh adat dan ketua nelayan setempat
Total		18				

Sumber: Data primer penelitian (2026)

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Data dikumpulkan melalui tiga teknik yang saling melengkapi: (1) wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan panduan semi-terstruktur; (2) observasi partisipatoris di pasar ikan tradisional, dermaga, dan kelompok percakapan WhatsApp milik istri nelayan; serta (3) dokumentasi catatan harian pedagang, rekaman percakapan WhatsApp yang telah mendapatkan izin dari informan, serta foto aktivitas pemasaran.

Analisis data mengikuti model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2018) yang mencakup kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara iteratif. Keabsahan data dijamin melalui empat strategi: (1) triangulasi sumber, yakni dengan membandingkan informasi dari istri nelayan, nelayan, *pongawa*, dan tokoh masyarakat; (2) triangulasi teknik, yakni dengan mengkonfirmasi temuan wawancara melalui observasi dan dokumentasi; (3) *member checking*, yakni dengan mengembalikan ringkasan wawancara kepada informan untuk verifikasi akurasi dan penerimaan interpretasi; serta (4) uraian tebal

(*thick description*) untuk memungkinkan transferabilitas temuan sebagaimana direkomendasikan oleh Yin (2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Palele: Sistem Distribusi yang Melekat dalam Struktur Kepercayaan

Praktik *palele* di Pulau Jampea merupakan sistem distribusi ikan yang tidak dapat dipahami terlepas dari konteks relasi sosial yang melahirkannya. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dan observasi lapangan, *palele* beroperasi atas tiga mekanisme fundamental: ikatan kepercayaan jangka panjang, sistem kredit informal berbasis reputasi, dan jaringan distribusi dari dermaga ke konsumen akhir yang dilaksanakan terutama oleh istri nelayan. Struktur ini mencerminkan sistem *pongawa-sawi* yang telah lama mengakar di komunitas nelayan Sulawesi Selatan sebagaimana dianalisis oleh Satria (2015).

Mekanisme kredit informal dalam sistem *palele* tampak jelas dari penuturan salah satu informan (IN-3) yang telah menjalankan praktik ini selama lebih dari dua puluh tahun:

"Kalau ada yang belum ada uang, kita kasih dulu ikannya, nanti bayar. Ini sudah kebiasaan. Karena kita sudah saling kenal, sudah percaya." (IN-3, 52 tahun, pedagang palele konvensional)

Pernyataan ini mengonfirmasi tesis Granovetter (1985) bahwa transaksi ekonomi dalam komunitas tradisional melekat dalam jaringan kepercayaan yang memberikan jaminan sosial bagi kedua pihak. Roberts et al. (2022) menemukan pola serupa dalam sistem perikanan kepulauan Spermonde, di mana hubungan patron-klien berbasis kepercayaan berfungsi sebagai mekanisme pengganti institusi formal pasar yang belum berkembang.

Relasi antara istri nelayan dan *pongawa* (pedagang pengepul) dalam sistem *palele* juga bersifat asimetris namun saling menguntungkan dalam jangka panjang. Istri nelayan sering bergantung pada *pongawa* untuk mendapatkan pinjaman modal (*pa'modal*) yang wajib dikembalikan dalam bentuk hasil tangkapan dengan harga yang ditetapkan oleh *pongawa*. Informan PG-1 (60 tahun) menjelaskan: "Saya kasih modal dulu, nanti ikan dijual ke saya. Harga saya yang tentukan tapi tetap ada untungnya untuk mereka, tidak kita ambil semua. Sudah bertahun-tahun begini, tidak ada yang lari." Miñarro et al. (2016) mengidentifikasi bahwa hubungan ketergantungan ini membatasi otonomi penetapan harga nelayan, namun sekaligus memberikan jaminan pasar dan jaring pengaman ekonomi. Pola yang sama teridentifikasi di Pulau Jampea, di mana keterikatan modal dan kepercayaan menjadi perekat sistem *palele* selama beberapa generasi.

Transformasi Peran: Dari Pedagang Keliling ke Pemasar Digital

Penetrasi jaringan internet seluler yang semakin luas ke wilayah Kepulauan Selayar sejak sekitar tahun 2019 dipercepat oleh program pemerintah perluasan jaringan Palapa Ring membuka peluang baru bagi istri nelayan di Pulau Jampea untuk mengadopsi platform media sosial sebagai saluran pemasaran. Proses transformasi ini tidak berlangsung seragam, melainkan bervariasi berdasarkan usia, tingkat pendidikan, dan akses terhadap perangkat *smartphone*. Temuan ini konsisten dengan kajian Leonardi et al. (2024) yang mengidentifikasi bahwa faktor literasi digital, motivasi intrinsik, dan pengetahuan TIK secara signifikan memengaruhi tingkat adopsi teknologi digital oleh perempuan dalam sektor perikanan.

WhatsApp menjadi platform yang pertama kali dan paling luas diadopsi sebagai kanal pemasaran digital. Mekanisme pemasaran melalui WhatsApp berlangsung dalam beberapa pola: (1) pengiriman foto ikan segar beserta keterangan jenis, berat, dan harga melalui pesan pribadi kepada pelanggan tetap; (2) pembentukan *broadcast list* untuk distribusi informasi ketersediaan ikan secara massal; dan (3) penjualan melalui *status* WhatsApp yang menjangkau seluruh kontak dalam daftar. Informan IN-7 (32 tahun) menggambarkan prosesnya: "Tiap pagi saya foto ikan yang baru turun dari perahu, langsung saya kirim ke grup dan status WhatsApp. Dalam setengah jam biasanya sudah ada yang pesan. Lebih cepat dari jalan keliling kampung." Goma et al. (2025) mengonfirmasi bahwa strategi serupa diterapkan

oleh komunitas nelayan di Kota Kupang, di mana media sosial berfungsi sebagai modal ekonomi yang memungkinkan komunitas melampaui batas geografis.

Platform Facebook dimanfaatkan oleh kelompok istri nelayan yang lebih muda untuk menjangkau konsumen di luar Pulau Jampea, terutama di Kota Benteng Selayar dan Makassar, melalui Facebook Marketplace dan unggahan produk berfoto. Transformasi ini tidak luput dari hambatan struktural. Istri nelayan berusia di atas 45 tahun melaporkan kesulitan mengoperasikan *smartphone* dan memahami mekanisme pembayaran digital. Informan IN-2 (54 tahun) mengungkapkan: “Anak saya yang ajarkan pakai WhatsApp tapi saya masih takut salah. Kalau sudah bayar lewat transfer, bagaimana saya tahu uangnya sudah masuk? Lebih aman terima uang langsung.” Chambon et al. (2024) menegaskan bahwa hambatan-hambatan struktural ini tidak berdiri sendiri, melainkan berinteraksi dengan norma gender yang telah mapan sehingga menciptakan ketimpangan berlapis dalam akses terhadap peluang ekonomi digital.

Restrukturisasi Modal Sosial dalam Ruang Digital

Temuan paling signifikan dari penelitian ini adalah bahwa adopsi media sosial tidak menghapus relasi sosial yang dibangun melalui praktik *palele*, melainkan merestruksiasinya ke dalam format baru. Modal sosial berbasis kepercayaan yang sebelumnya diakumulasi melalui interaksi tatap muka di pasar dan dermaga kini ditransposisikan ke dalam jaringan digital. Hal ini mencerminkan konsep *network embeddedness* yang dikemukakan oleh Li dan Fei (2023) bahwa individu-individu yang tertanam dalam jaringan sosial dapat mengintegrasikan pengetahuan dan sumber daya dari mitra-mitra baru untuk memfasilitasi transformasi digital.

Salah satu mekanisme restrukturisasi yang paling menonjol adalah pembentukan kelompok WhatsApp yang meniru struktur jaringan *palele* konvensional. Kepercayaan yang telah dibangun selama bertahun-tahun dalam interaksi *palele* menjadi modal awal yang memfasilitasi perpindahan transaksi ke platform digital tanpa gesekan yang berarti. Informan IN-8 (38 tahun) menyatakan: “Pelanggan lama saya langsung mau pesan lewat WhatsApp. Mereka percaya karena sudah tahu saya, sudah sering beli dari saya dulu. Yang baru, mereka lihat foto dulu, baca komentar orang lain, baru mau pesan.” Di sisi lain, platform digital membuka peluang bagi istri nelayan untuk membangun relasi dengan pelanggan baru melalui reputasi yang ditampilkan melalui ulasan, konsistensi unggahan foto produk, dan responsivitas digital.

Dari perspektif relasi kuasa gender Bourdieu (Ndu, 2022), adopsi media sosial memberikan perempuan pesisir akses terhadap arena (*field*) ekonomi yang sebelumnya tidak tersedia. Pemasaran digital memungkinkan istri nelayan untuk bernegosiasi harga secara lebih independen, mengakses informasi harga pasar secara *real-time*, dan membangun reputasi personal yang tidak sepenuhnya bergantung pada jaringan *pongawa*. Informan IN-9 (29 tahun) menjelaskan: “Sekarang saya bisa cek harga ikan di Makassar lewat grup Facebook. Kalau harga sedang tinggi, saya tidak jual ke pengepul dulu, saya jual sendiri lewat Facebook. Baru bisa begini setelah ada internet.” Ini merepresentasikan suatu bentuk reposisi *habitus* perempuan dalam struktur kekuasaan yang sebelumnya didominasi oleh pedagang pengepul laki-laki. Wardhani et al. (2023) mengidentifikasi pola serupa dalam pemberdayaan nelayan berbasis gender di Batang, di mana akses terhadap kanal ekonomi alternatif memperkuat posisi tawar perempuan dalam rumah tangga nelayan.

Meski demikian, perubahan ini belum bersifat menyeluruh. Istri nelayan yang lebih tua dan mereka yang berada di wilayah dengan akses internet terbatas masih bergantung sepenuhnya pada sistem *palele* konvensional. Secara keseluruhan, transformasi dari *palele* ke pemasaran berbasis media sosial merupakan proses yang bersifat hibrid dan non-linear. Kedua sistem tidak menggantikan satu sama lain secara total, melainkan berkoeksistensi dan saling mengisi: *palele* tetap relevan untuk transaksi lokal berbasis kepercayaan komunal, sementara media sosial membuka dimensi pasar baru yang melampaui batas geografis dan temporal konvensional. Temuan ini selaras dengan kajian perempuan pengolah ikan di Pantai Depok yang menemukan bahwa strategi keberlanjutan usaha bersifat adaptif dan berlapis,

menggabungkan praktik tradisional dan digital sesuai kebutuhan kontekstual (Sari et al., 2024).

SIMPULAN

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi dan menganalisis transformasi peran istri nelayan dari praktik *palele* menuju pemasaran berbasis media sosial di Pulau Jampea, Kepulauan Selayar. Tiga kesimpulan utama dapat ditarik.

Pertama, praktik *palele* merupakan sistem distribusi ikan yang melekat secara mendalam dalam struktur kepercayaan, resiprositas, dan relasi sosial komunitas nelayan yang mencirikan pola patron-klien *pongawa-sawi* di Sulawesi Selatan. Kepercayaan yang diakumulasi melalui interaksi jangka panjang antara istri nelayan dan pelanggannya merupakan modal sosial yang menjadi fondasi keberlanjutan sistem ini.

Kedua, adopsi media sosial oleh istri nelayan di Pulau Jampea merupakan proses yang dinegosiasikan secara kontekstual dibentuk oleh faktor usia, pendidikan, akses infrastruktur digital, dan norma gender lokal. Platform WhatsApp mendominasi sebagai kanal pemasaran pertama, sementara Facebook dimanfaatkan untuk menjangkau pasar di luar kepulauan.

Ketiga, transformasi digital tidak menghapus modal sosial yang dibangun melalui *palele*, melainkan merestrukturasinya ke dalam format digital. Kepercayaan yang telah terakumulasi dalam interaksi tatap muka menjadi modal transisi yang memfasilitasi perpindahan transaksi ke platform digital, sementara mekanisme reputasi digital mulai terbentuk sebagai modalitas kepercayaan baru. Transformasi ini memberikan perempuan pesisir akses terhadap arena ekonomi yang lebih luas, meskipun belum sepenuhnya mengubah struktur ketimpangan gender yang mendasarinya.

Implikasi teoritis dari penelitian ini adalah bahwa konsep *embeddedness* Granovetter tetap relevan dalam era digital: tindakan ekonomi digital pun melekat dalam relasi sosial yang mengambil bentuk baru melalui jaringan digital. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji dampak jangka panjang pemasaran digital terhadap ketimpangan pendapatan antara istri nelayan yang melek digital dan yang tidak, serta peran kebijakan pemerintah dalam mempercepat literasi digital perempuan pesisir di wilayah kepulauan terpencil.

DAFTAR PUSTAKA

- Chambon, M., Miñarro, S., Alvarez Fernandez, S., Porcher, V., Reyes-Garcia, V., Tonalli Drouet, H., & Ziveri, P. (2024). A Synthesis Of Women's Participation In Small-Scale Fisheries Management: Why Women's Voices Matter. *Reviews In Fish Biology And Fisheries*, 34(1), 43–63. <https://doi.org/10.1007/S11160-023-09806-2>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry And Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th Ed.). SAGE Publications.
- Fikri, S., Daulay, M., & Nurjaini. (2023). Peran Istri Nelayan Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Di Desa Kuala Batahan Kecamatan Batahan Kabupaten Mandailing Natal. *Jurnal At-Tanghyir: Jurnal Dakwah Dan Pemberdayaan Masyarakat Desa*, 16(1), 129–142. <https://doi.org/10.24952/Attanghyir.V16i1.9034>
- Goma, B., Bire Manoe, L. S., Meka, C. E., & Pellu, S. C. L. (2025). Social Media As Economic Capital: A Qualitative Study On The Digital Strategies Of Fishing Communities In Kupang City. *Digital Theory, Culture & Society*, 3(2), 96–108. <https://doi.org/10.61126/Dtcs.V3i2.121>
- Granovetter, M. (1985). Economic Action And Social Structure: The Problem Of Embeddedness. *American Journal Of Sociology*, 91(3), 481–510. <https://doi.org/10.1086/228311>
- Harper, S., Adshade, M., Lam, V. W. Y., Pauly, D., & Sumaila, U. R. (2020). Valuing Invisible Catches: Estimating The Global Contribution By Women To Small-Scale Marine Capture Fisheries Production. *Plos ONE*, 15(3), E0228912. <https://doi.org/10.1371/Journal.Pone.0228912>

- Kleiber, D., Harris, L. M., & Vincent, A. C. J. (2015). Gender And Small-Scale Fisheries: A Case For Counting Women And Beyond. *Fish And Fisheries*, 16(4), 547–562. <https://doi.org/10.1111/Faf.12075>
- Leonardi, A., Hubeis, A. V. S., Saleh, A., & Fatchiya, A. (2024). Utilizing Digital Information And Communication Technology For Business Development Among Female Micro-Scale Fish Processors In Jakarta. *Multidisciplinary Science Journal*, 7(5), 2025193. <https://doi.org/10.31893/Multiscience.2025193>
- Li, Y., & Fei, G. Z. (2023). Network Embeddedness, Digital Transformation, And Enterprise Performance: The Moderating Effect Of Top Managerial Cognition. *Frontiers In Psychology*, 14, 1098974. <https://doi.org/10.3389/Fpsyg.2023.1098974>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2018). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (4th Ed.). SAGE Publications.
- Miñarro, S., Navarrete Forero, G., Reuter, H., & Van Putten, I. E. (2016). The Role Of Patron–Client Relations On The Fishing Behaviour Of Artisanal Fishermen In The Spermonde Archipelago (Indonesia). *Marine Policy*, 69, 73–83. <https://doi.org/10.1016/J.Marpol.2016.04.006>
- Ndu, M. (2022). Examining Bourdieu's Concepts Of Capital, Habitus, And Field In Women's Health Research In Nigeria: A Feminist Perspective. *International Journal Of Qualitative Methods*, 21, 1–10. <https://doi.org/10.1177/16094069221136765>
- Putri, R. D., Rahman, M. S., Abdillah, A. A., & Huang, W.-C. (2024). Improving Small-Scale Fishermen's Subjective Well-Being In Indonesia: Does The Internet Use Play A Role? *Heliyon*, 10(6), E29076. <https://doi.org/10.1016/J.Heliyon.2024.E29076>
- Roberts, N., Mengge, B., Utina, M. R., Muhatar, F., Anugerah, A., Iwardanhi, A., Zulkifli, R. M., & Humphries, A. (2022). Patron–Client Relationships Shape Value Chains In An Indonesian Island-Based Fisheries System. *Marine Policy*, 143, 105142. <https://doi.org/10.1016/J.Marpol.2022.105142>
- Sari, A. K., Nissa, Z. N. A., Ajri, M., & Al Rosyid, A. H. (2024). An Empirical Study Of Sustainability Strategies In Women-Led Fish Processing Enterprises On The Depok Coast. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 13(3), 672–685. <https://doi.org/10.23887/Jish.V13i3.84867>
- Satria, A. (2015). *Pengantar Sosiologi Masyarakat Pesisir*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Sella, T., & Safitra, L. (2024). Peran Perempuan Nelayan Dalam Membantu Ekonomi Keluarga Di Kelurahan Malabero. *Jurnal Ilmiah IDEA*, 3(2), 151–160. <https://doi.org/10.36085/Idea.V3i2.8067>
- Soputan, S. J. M., Manoppo, V. E. N., & Durand, S. S. (2020). Peranan Wanita/Istri Nelayan Dalam Usaha Mengatasi Perekonomian Keluarga Pada Era New Normal Di Kelurahan Sindulang Satu Kecamatan Tuminting Kota Manado. *Akulturas: Jurnal Ilmiah Agrobisnis Perikanan*, 8(2), 274–288. <https://doi.org/10.35800/Akulturas.8.2.2020.29003>
- Susilowati, I., & Mafruhah, I. (2023). Women's Empowerment To Alleviate Poverty In Coastal Zones: A Case Study Of Fisherwomen In Pacitan, Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 12(1), 1–12. <https://doi.org/10.23887/Jish.V12i1.53482>
- Wardhani, A. A., Susilowati, I., & SBM, N. (2023). Empowerment Of Gender-Based Small-Scale Fishers To Strengthen The Coastal Economy: Case Study Batang Regency. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 12(3), 575–581. <https://doi.org/10.23887/Jish.V12i3.68069>
- Wardhani, A. A., Arwinda, S., Solechan, A., Shibghatalloh, A. H., Syafrudin, H. A., & Musliha, C. (2025). Women As Pillars Of Coastal Economic Resilience: Role Transformation, Empowerment, And Gender Support In The Juwana Coastal Community. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 14(2), 396–406. <https://doi.org/10.23887/Jish.V14i2.95632>
- Weeratunge, N., Snyder, K. A., & Sze, C. P. (2010). Gleaner, Fisher, Trader, Processor: Understanding Gendered Employment In Fisheries And Aquaculture. *Fish And Fisheries*, 11(4), 405–420. <https://doi.org/10.1111/J.1467-2979.2010.00368.X>

Yin, R. K. (2018). Case Study Research And Applications: Design And Methods (6th Ed.). SAGE Publications.