

**ANALISIS USAHA DAN PEMASARAN RUMPUT LAUT (*Eucheuma cottoni*) DI DESA PUNAGA KECAMATAN MANGARABOMBANG
KABUPATEN TAKALAR**

SKRIPSI

Oleh:

Nurshobri Washolaat Rambe

L041 17 1506



**PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
DEPARTEMEN PERIKANAN
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2021**

**ANALISIS USAHA DAN PEMASARAN RUMPUT LAUT DI DESA PUNAGA
KECAMATAN MANGARABOMBANG KABUPATEN TAKALAR**

Disusun dan di ajukan oleh

**NURSHOBRI WASHOLAAT RAMBE
L041 17 1506**



**PROGRAM STUDI AGROBISNIS PERIKANAN
DEPARTEMEN PERIKANAN
FAKULTAS ILMU KELAUTAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

**Analisis Usaha Dan Pemasaran Rumput Laut (*Eucheuma cottoni*) di Desa
Punaga Kecamatan Mangarabombang Kabupaten Takalar**

Disusun dan diajukan oleh

**Nurshobri Washolaat Rambe
L041171506**

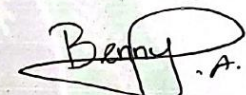
Telah Dipertahankan dihadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka
Penyelesaian Studi Program Sarjana Program Studi Agrobisnis Perikanan
Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Hasanuddin Pada Tanggal 8
Februari 2022 dan dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Kelulusan

Menyetujui

Pembimbing Utama

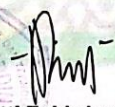

M. Chasyim Hasani, S.Pi., M.Si
NIP. 197104121990031003

Pembimbing anggota


Benny Audy Jaya Gosari, S.Kel., M.Si
NIP. 197808192008121001

Mengetahui

**Ketua Program Studi
Agrobisnis Perikanan**


Dr. Sitti Fakhriyyah, S.Pi, M.Si
NIP. 19720926200604 2001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurshobri Washolaat Rambe

Nim : L041 17 1506

Program Studi: Agrobisnis Perikanan

Fakultas : Ilmu Kelautan dan Perikanan

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul " Analisis Usaha dan Pemasaran Rumput Laut (*Eucheuma cottoni*) di Desa Punaga Kecamatan Mangarabombang Kabupaten Takalar" ini adalah karya penelitian saya sendiri dan bebas plagiat, serta tidak dapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh lain untuk memperoleh gelar akademik serta tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis digunakan sebagai acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber acuan serta daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam karya ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan (permendiknas No.17, tahun 2007).

Makassar, 28 Februari 2022



Nurshobri Washolaat Rambe

NIM. L041171506

PERNYATAAN AUTORSHIP

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

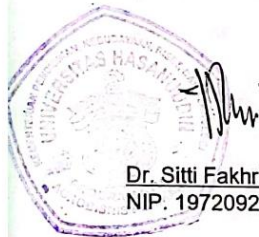
Nama : Nurshobri Washolaat Rambe
NIM : L041 17 1506
Program Studi : Agrobisnis Perikanan
Fakultas : Ilmu Kelautan dan Perikanan

Menyatakan bahwa publikasi sebagian atau keseluruhan isi Skripsi pada jurnal atau forum ilmiah lain harus seizin dan menyertakan tim pembimbing sebagai author dan Universitas Hasanuddin sebagai institusinya. Apabila dalam waktu sekurang-kurangnya dua semester (satu tahun sejak pengesahan Skripsi) saya tidak melakukan publikasi dari sebagian atau keseluruhan Skripsi ini, maka pembimbing sebagai salah satu seorang penulis dari penulis berhak mempublikasikannya pada jurnal ilmiah yang ditentukan kemudian, sepanjang nama mahasiswa tetap diikutkan.

Makassar, 28 Februari 2022

Mengetahui,
Ketua Prodi
Agrobisnis Perikanan

Penulis



Dr. Sitti Fakhriyyah, S.Pi, M.Si
NIP. 19720926200604 2001

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Nurshobri Washolaat Rambe', written over a faint background.

Nurshobri Washolaat Rambe
NIM. L041 17 1506

ABSTRAK

NURSHOBRI WASHOLAAT RAMBE L041 17 1506. “Analisis Usaha dan Pemasaran Rumput Laut (*Eucheuma cottoni*) di Desa Punaga Kecamatan Mangarabombang Kabupaten Takalar’. Dibimbing oleh Chasyim Hasani sebagai pembimbing utama dan **Benny Audy Jaya Gosari** sebagai pembimbing anggota

Desa Punaga merupakan salah satu kawasan industrial rumput laut di Sulawesi Selatan yang pengembangan rumput lautnya tersebar di seluruh kecamatan. Dengan jumlah produksi menurut KKP pada tahun 2020 produksi rumput laut indonesia sebesar 11,55 juta ton dan salah satu penyumbang terbesar berada di Kabupaten Takalar. Hal ini mendorong peningkatan pendapatan pembudidaya rumput laut. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis keuntungan pembudidaya serta pemasaran rumput laut. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan juni sampai juli 2021. Metode yang digunakan adalah deksriptif kuantitatif dan kualitatif dengan menggunakan alat bantu berupa kuisisioner. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode cluster sampling dengan jumlah sampel sebanyak 25 orang terdiri dari 23 pembudidaya dan 2 pedagang pengumpul. Analisis data yang digunakan adalah analisis keuntungan dan analisis pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan keuntungan pembudidaya rumput laut jenis basah sebesar Rp. 875,334. perbulan dan rumput laut jenis kering sebesar Rp. 26,271,048 perbulan dengan penerimaan untuk rumput laut jenis basah Rp. 3,206,786

Kata kunci: Rumput laut, Usaha budidaya rumput laut, keuntungan, pendapatan dan pemasaran

ABSTRACT

NURSHOBRI WASHOLAAT RAMBE L041 17 1506. “Business Analysis and Marketing of Seaweed (*Eucheuma cottoni*) in Punaga Village, Mangarabombang District, Takalar Regency”. Was mentored by **Chasyim Hasani** as the main supervisor and **Benny Audy Jaya Gosari** as the member advisors

Punaga Village is one of the seaweed industrial areas in South Sulawesi whose seaweed development is spread throughout the sub-districts. With total production according to the KKP in 2020, Indonesian seaweed production is 11.55 million tons and one of the largest contributors is in Takalar Regency. This encourages an increase in the income of seaweed farmers. The purpose of this study was to analyze the profits of cultivators and the marketing of seaweed. This research was conducted from June to July 2021. The method used was quantitative and qualitative descriptive using a questionnaire. The sampling method used is the cluster sampling method with a total sample of 25 people consisting of 23 cultivators and 2 traders. Analysis of the data used is profit analysis and marketing analysis. The results showed that the profit for wet type seaweed cultivators was Rp. 875,334. per month and dry type of seaweed Rp. 26,271,048 per month with revenue for wet type seaweed Rp. 3,206,786 per month and the dry type is Rp. 28,602,500 per month, the total cost is Rp. 2,331,452 per month. The highest marketing margin is found in the marketing agency of collectors with the type of wet grass of Rp. 1,000/Kg and dry type Rp. 6,000/Kg. There are 2 marketing channels in the seaweed marketing chain in Punaga Village. The most efficient marketing institutions are traders with a value of 0.23% for wet seaweed and 0.01% for dry seaweed.

Keywords: Seaweed, Seaweed cultivation, profit, income and marketing

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, pemilik segala kesempurnaan, memiliki segala ilmu dan kekuatan yang tak terbatas, yang telah memberikan kami kekuatan, kesabaran, ketenangan, dan karunia selama ini sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam tercurahkan kepada Rasulullah Nabi Muhammad SAW, Nabi pembawa cahaya ilmu pengetahuan yang terus berkembang sehingga kita merasakan nikmatnya hidup zaman ini.

Skripsi ini disusun berdasarkan hasil penelitian berjudul “Analisis Usaha dan Pemasaran Rumput Laut (*Eucheuma cottoni*) di Desa Punaga Kecamatan Mangarabombang Kabupaten Takalar” yang merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Agrobisnis Perikanan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Hasanuddin.

Pada Penelitian ini, hambatan dan rintangan yang dihadapi merupakan proses yang menjadi kesan dan pendewasaan diri. Semua ini tentunya tidak lepas dengan adanya kemauan yang kuat dalam hati dan kedekatan kepada Allah SWT.

Melalui Kesempatan baik ini penulis menyampaikan ucapan terkhusus untuk kedua penyemangatku, Ayahanda **Juang Nasakti Rambe** dan ibunda **Harnisah** serta saudara-saudara tercinta yang telah menjadi orang tua dan keluarga yang sangat sabar dalam menghadapi keluh kesah penulis, serta memberikan dukungan, kasih sayang, perhatian dan doa yang tiada henti-hentinya bagi penulis terima kasih karena telah menjadi canda dan tawa, serta penguat bagi penulis, penulis tidak mampu melangkah sejauh ini tanpa bimbingan kedua orang tua tercinta. Untuk adikku beserta keluarga besarku yang senantiasa mendukung dan memberi semangat selama ini semoga Allah SWT, senantiasa melimpahkan rahmat dan karunianya kepada keluarga kita.

Terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada bapak **H.M. Chasyim Hasani, S.Pi.,M.Si** selaku pembimbing ketua dan Bapak **Benny Audy Jaya Gosari, S.Kel.,M.Si** selaku pembimbing anggota yang telah banyak meluangkan waktu dan tenaga dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berharga dari awal persiapan penelitian hingga selesainya penulisan skripsi ini.

Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan sebesar – besarnya kepada:

1. **Bapak Safruddin, S.Pi, M.P., Ph.D.** Selaku Dekan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.
2. **Ibu Prof. Dr. Ir. Rohani Ambo Rappe, M.Si.** Selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan, Universitas Hasanuddin.
3. **Ibu Dr. Sitti Fakhriyyah, S.Pi, M.Si.** Selaku Ketua Program Studi Agrobisnis Perikanan, Universitas Hasanuddin.
4. **Bapak Dr. Fahrul, S.Pi, M.Si.** Selaku Ketua Departemen Perikanan, Universitas Hasanuddin.
5. **Ibu Dr. Sri Suro Adhawati, S.E, M.Si** dan **Ibu Dr. Sitti Fakhriyyah, S.Pi, M.Si** selaku dosen penguji dan telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi.
6. **Dosen dan staf dosen** Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Hasanuddin.
7. **Seluruh staf FIKP** yang selalu membantu dalam urusan administrasi selaman penyusunan skripsi.

Ucapan Terima kash dan limpahan kasih sayang melalui skripsi ini penulis sampaikan kepada mereka yang telah berperan serta dalam proses penelitian, penulisan hingga penyelesaian skripsi ini.

1. **Yaumil Atia Adam Andy Omar S.Pi** yang telah menjadi sahabat yang selalu ada, senantiasa memberikan motivasi, semangat dan menjadi support sistem. Terima kasih atas bantuannya.
2. **Nur Hidayat S.Pi** yang telah menjadi sahabat yang selalu ada, senantiasa memberikan motivasi, semangat dan menjadi support sistem. Terima kasih atas bantuannya.
3. **Andi Nur Azizah** yang telah menjadi rekan yang selalu menemani menyelesaikan administrasi berkas skripsi. Terima kasih kerja samanya.
4. **Ceren Ratna** yang telah menjadi rekan yang selalu menemani menyelesaikan administrasi berkas skripsi. Terima kasih kerja samanya.
5. **Medinah Mahmud** yang telah menjadi rekan yang selalu menemani menyelesaikan administrasi berkas skripsi. Terima kasih kerja samanya.
6. **Ira Ramayanti Adam** yang telah menjadi rekan yang selalu menemani menyelesaikan administrasi berkas skripsi. Terima kasih kerja samanya.

7. **Paramitha Sari Kasdir** yang telah menjadi rekan yang selalu menemani menyelesaikan administrasi berkas skripsi. Terima kasih kerja samanya.
8. **Indryasari** yang telah menjadi rekan yang selalu menemani menyelesaikan administrasi berkas skripsi. Terima kasih kerja samanya.
9. **Seluruh teman-teman GRAV17Y (SOSEK17)** Terima kasih atas kebersamaan suka cita maupun duka selama penulis menempuh pendidikan.
10. **Seluruh teman-teman HARTACO INDAH** Terima Kasih atas kebersamaan suka cita dan duka selama penulis menempuh pendidikan.
11. **Seluruh responden** yang telah bersedia untuk diwawancara dan bersedia meluangkan waktunya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun agar kedepan dapat lebih baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan terutama kepada penulis. Aamiin.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Makassar, 2022

Nurshobri Washolaat Rambe

BIODATA PENULIS



Penulis bernama Nurshobri Washolaat Rambe, lahir di Kabupaten Soppeng, pada tanggal 14 agustus 1999, penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Juang Nasakti Rambe, S.P dan Harnisah. Penulis menempuh pendidikan dimulai pada tahun 2003 di Tk Al Hidayah selama 2 tahun, kemudian pada tahun 2005 melanjutkan pendidikan di SD Inpres Hartaco Indah dan lulus pada tahun 2011, kemudian melanjutkan pendidikan ke SMP Negeri 6 Makassar dan lulus pada tahun 2014. Kemudian melanjutkan pendidikan ke SMA Negeri 2 Tinggimoncong pada tahun 2014 dan lulus pada tahun 2017. Pada tahun 2017 penulis melanjutkan pendidikan pada Universitas Hasanuddin program studi Sosial Ekonomi Perikanan (Agrobisnis Perikanan) melalui jalur Mandiri.

Sebagai seorang mahasiswa penulis aktif di organisasi kemahasiswaan, pernah menjadi anggota Badan Pengurus Harian (BPH) Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Perikanan Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan Universitas Hasanuddin periode 2020.

Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) gelombang 104 Tematik bersatu melawan COVID-19 di Kota Makassar, Kecamatan Tamalate. Melaksanakan Praktek Kerja Profesi (PKP) di PT. Esaputlii Prakarsa Utama Kabupaten Barru, serta melakukan penelitian di Desa Punaga Kabupaten Takalar dengan mengangkat judul “Analisis Usaha dan Pemasaran Rumput Laut di Desa Punaga Kecamatan Mangarabombang Kabupaten Takalar”.

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------------------------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | Error! Bookmark not defined. |
| PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI..... | Error! Bookmark not defined. |
| PERNYATAAN AUTORSHIP | ii |
| ABSTRAK..... | iii |
| ABSTRACT | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| BIODATA PENULIS | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| I. PENDAHULUAN | xiv |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 2 |
| C. Tujuan dan Kegunaan..... | 3 |
| II. TINJAUAN PUSTAKA | 4 |
| A. Rumput laut (<i>Eucheuma cottoni</i>) | 4 |
| B. Produksi | 5 |
| C. Biaya Produksi | 6 |
| D. Penerimaan / Pendapatan | 7 |
| E. Konsep Pemasaran | 7 |
| F. Kerangka Pikir | 12 |
| III. METODOLOGI PENELITIAN..... | 15 |
| A. Lokasi dan Waktu Penelitian | 15 |

| | |
|---|-----------|
| B. Jenis Penelitian | 15 |
| C. Metode Pengambilan Sampel | 15 |
| D. Sumber Data | 17 |
| E. Teknik Pengumpulan Data | 17 |
| F. Analisis Data..... | 18 |
| G. Konsep Operasional | 20 |
| IV. HASIL | 21 |
| A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian..... | 21 |
| B. Sarana dan Prasarana | 22 |
| C. Karakteristik Responden..... | 23 |
| D. Biaya Investasi | 25 |
| E. Analisis Keuntungan | 26 |
| F. Saluran Pemasaran Rumput Laut (<i>Eucheuma cottoni</i>)..... | 27 |
| G. Lembaga Pemasaran Rumput Laut (<i>Eucheuma cottoni</i>)..... | 28 |
| H. Margin Pemasaran | 29 |
| I. Efisiensi Pemasaran..... | 29 |
| J. Keuntungan Pemasaran | 30 |
| V. PEMBAHASAN..... | 31 |
| A. Proses Budidaya Rumput Laut (<i>Eucheuma cottoni</i>)..... | 31 |
| B. Biaya Investasi..... | 31 |
| C. Analisis Keuntungan..... | 35 |
| D. Saluran Pemasaran..... | 36 |
| E. Lembaga Pemasaran | 37 |
| F. Margin Pemasaran..... | 39 |
| G. Efisiensi Pemasaran | 40 |
| H. Keuntungan Pemasaran | 41 |

| | |
|----------------------------|-----------|
| VI. PENUTUP | 42 |
| A. Kesimpulan | 42 |
| B. Saran | 42 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 43 |
| LAMPIRAN | 45 |

DAFTAR GAMBAR

| Nomor | Halaman |
|---|----------------|
| Gambar 1 Eucheuma cottonii Sumber : Marinespecies, 2021 | 4 |
| Gambar 2 .Skema Kerangka Penelitian | 14 |
| Gambar 3. Saluran Pemasaran Rumput Laut di Desa Punaga | 28 |
| Gambar 4. Hasil Panen Rumput Laut (E. Cottoni)..... | 31 |

DAFTAR TABEL

| Nomor | Halaman |
|---|----------------|
| Tabel 1. Populasi Pembudidaya Rumput Laut di Desa Punaga..... | 16 |
| Tabel 2. Keadaan Jumlah Penduduk Desa Punaga..... | 22 |
| Tabel 3. Sarana dan Prasarana Desa Punaga | 23 |
| Tabel 4. Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Usia | 23 |
| Tabel 5. Tingkat Pendidikan Responden | 24 |
| Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Tanggungan Keluarga | 24 |
| Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Usaha. | 25 |
| Tabel 8. Rata – rata Investasi Usaha budidaya Rumput laut di Desa Punaga | 25 |
| Tabel 9. Nilai Rata-rata Biaya Penyusutan Investasi per bulan pada budidaya rumput laut di Desa Punaga Kecamatan Mangarabombang Kabupaten Takalar | 26 |
| Tabel 10. Rata-rata Biaya Variabel pada usaha budidaya rumput laut..... | 26 |
| Tabel 11. Rata – rata biaya total usaha budidaya rumput laut di Desa Punaga Kecamatan Mangarabombang..... | 26 |
| Tabel 12. Nilai Total Rata-rata penerimaan usaha budidaya rumput laut Jenis di Desa Punaga..... | 27 |
| Tabel 13. Nilai Total Rata-rata penerimaan usaha budidaya rumput laut Jenis di Desa Punaga..... | 27 |
| Tabel 14. Keuntungan Rata-rata Pembudidaya Rumput Laut di Desa punaga..... | 27 |
| Tabel 15. Margin pemasaran budidaya rumput laut | 29 |
| Tabel 16. Efisiensi Pemasaran Rata – rata rumput laut di Desa Punaga | 30 |
| Tabel 17. Keuntungan Pemasaran Berdasarkan lembaga pemasaran di Desa Punaga ... | 30 |

DAFTAR LAMPIRAN

| Nomor | Halaman |
|--|----------------|
| Lampiran 1. Rincian Karakteristik Responden | 46 |
| Lampiran 2. Nilai dan jenis investasi pembudidaya Rumput Laut di Desa Punaga..... | 48 |
| Lampiran 3. Nilai penyusutan investasi Budidaya Rumput Laut | 49 |
| Lampiran 4. Biaya tetap budidaya rumput laut | 50 |
| Lampiran 5. Biaya Variabel Budidaya Rumput Laut | 51 |
| Lampiran 6. Biaya Total Budidaya Rumput Laut | 52 |
| Lampiran 7. Penerimaan Budidaya Rumput Laut..... | 53 |
| Lampiran 8. Keuntungan Budidaya Rumput Laut..... | 54 |
| Lampiran 9. Jumlah Rata – rata harga jual dan beli beserta margin rumput laut pedagang pengumpul | 62 |
| Lampiran 10. Biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran | 63 |
| Lampiran 11. Efisiensi Pemasaran Rumput Laut..... | 64 |
| Lampiran 12. Kuesioner Penelitian | 65 |
| Lampiran 13. Dokumentasi Hasil Penelitian | 70 |

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sulawesi selatan merupakan salah satu provinsi yang menjadi sentra pengembangan rumput laut di Indonesia. Berdasarkan data dinas Kelautan dan Perikanan (2018) di Sulawesi Selatan mencapai kurang lebih 282.000 hektar (Laut 250.000 hektar dan tambak 32.000 hektar) dan baru dapat dimanfaatkan seluas 65.792 hektar (23.33%) dari luas areal potensial. Pemerintah provinsi Sulawesi Selatan menetapkan 16 kabupaten sebagai sentra produksi rumput laut, yaitu : Kabupaten Luwu, Luwu utara, Bone, Wajo, Bulukumba, Selayar, Bantaeng, Jeneponto, Takalar, Pangkep, Barru, Sinjai, Makassar, Luwu Timur, Palopo dan Pinrang. Penentuan sentra – sentra produksi tersebut dimaksudkan untuk memperkuat kontribusi Sulawesi Selatan sebagai penghasil rumput laut dan *contributor*.

Kabupaten Takalar merupakan salah satu pusat inkubator rumput laut di Sulawesi Selatan yang pengembangan rumput lautnya tersebar di seluruh kecamatan. Salah satu kecamatan yang menjadi sentra pengembang rumput laut di Kabupaten Takalar adalah Kecamatan Mangarabombang. Wilayah ini memiliki luas 100.50 Km² dengan panjang garis pantai 74 Km² yang terbagi dalam 12 desa/kelurahan diantaranya Desa Punaga dengan luas wilayah 15.74 Km². Dengan kondisi wilayahnya yang terletak <50 m dari permukaan laut, desa ini menjadi salah satu sentra pengembangan rumput laut yang cukup maju di Kabupaten Takalar (Wahyu, 2016).

Rumput laut yang dibudidayakan pada kecamatan Managarabombang adalah *Eucheuma cottoni*. Ada 2 lokasi di Kecamatan Mangarabombang yang memang dianggap sesuai dengan budidaya rumput laut yaitu, Desa Punaga dan Desa Laikang. Lokasi yang terlindung dari pengaruh angin dan gelombang besar, pergerakan arus yang cukup baik, suhu air cocok, air bersih dan bebas pencemaran, dasar perairan berupa pasir bercampur pecahan – pecahan karang sangat cocok untuk pertumbuhan rumput laut.

Desa Punaga menjadi salah satu desa pengembangan budidaya rumput laut yang strategis karena memiliki lahan yang cukup luas untuk budidaya rumput laut. Ada 2 jenis rumput laut yang dikembangkan di Desa Punaga yaitu jenis lawi (*Caulerpa spini*) dan agara (*E. cottoni*). Masyarakat Punaga lebih banyak membudidayakan jenis rumput laut (*E. cottoni*) dikarenakan lahan budidayanya yang cukup luas serta teknik pembudidayaannya juga sudah dikuasai oleh masyarakat karena diturunkan turun temurun dari orang tuanya.

Desa Punaga merupakan salah satu kawasan industrialisasi rumput laut yang ada di Kabupaten Takalar. Sebagian besar masyarakat desa punaga bekerja sebagai pembudidaya rumput laut, sebagai petani kebun atau petani padi. Di daerah pesisir diwilayah ini dijadikan tempat pembudidayaan rumput laut. Sebagian masyarakat desa punaga keluar daerah untuk mencari kehidupan mereka yang lebih layak dikarenakan pekerjaan sebagai pembudidaya rumput laut penghasilannya masih minim sehingga kebutuhannya masih kurang. Pembudidaya rumput laut dilakukan secara sendiri – sendiri oleh masyarakat sekitar. Pembudidayaan rumput laut di daerah ini masih menggunakan peralatan tradisional dan sebagian besar belajar otodidak dalam membudidayakan rumput laut dikarenakan hampir tidak adanya penyuluhan dari pemerintah setempat.

Pekerjaan utama sebagian besar masyarakat Punaga adalah pembudidaya rumput laut, namun untuk mendapatkan hasil yang maksimal, petani rumput laut harus bekerja keras, terutama dalam pemenuhan sehari – hari. Meskipun dalam kenyataannya hasil usaha budidaya rumput laut masih rendah dan belum mampu memenuhi sepenuhnya kebutuhan pembudidaya rumput laut. (Nurliana, 2019).

Menurut data sementara Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP), Target produksi perikanan budidaya sekitar 19,47 juta ton, yang terdiri dari ikan sebesar 7.92 juta ton dan rumput laut sebesar 11,55 juta ton. Naik sebesar 1.03 juta ton dari target produksi tahun 2020 sebesar sebanyak 18,44 juta ton.

Berdasarkan total produksi rumput laut nasional tersebut, petani rumput laut di Kecamatan Mangarabombang diharapkan juga mengalami peningkatan produksi yang cukup signifikan. Namun peningkatan volume produksi tidak terlepas dari pendapatan petani rumput laut yang secara garis besar mampu membantu dalam pengembangan perekonomian masyarakat pesisir. Karena pembudidaya rumput laut merupakan salah satu kelompok masyarakat pesisir yang menggantungkan hidupnya pada sumber daya perikanan khususnya rumput laut. Seiring terjadinya peningkatan produksi budidaya rumput laut, petani rumput laut terkadang masih mengalami kendala dalam pendapatan. Hal ini terjadi karena usaha budidaya belum mampu dimaksimalkan dalam proses pemasarannya. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “ **Analisa Usaha dan Pemasaran Rumput Laut (*Eucahuma cottoni*) di Desa Punaga Kecamatan Mangarabombang Kabupaten Takalar**”.

B. Rumusan Masalah

1. Berapa total keuntungan pembudidaya rumput laut (*Eucahuma cottoni*) jenis basah dan kering di Desa Punaga Kecamatan Mangarabombang Kabupaten Takalar ?

2. Bagaimana bentuk saluran pemasaran pembudidaya rumput laut (*Eucheuma cottoni*) di Desa Punaga Kecamatan Mangarabombang Kabupaten Takalar ?
3. Berapa margin pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran pada pembudidaya rumput laut (*Eucheuma cottoni*) di Desa Punaga Kecamatan Mangarabombang Kabupaten Takalar ?
4. Bagaimana Efisiensi pemasaran pada pembudidaya rumput laut (*Eucheuma cottoni*) di Desa Punaga Kecamatan Mangarabombang Kabupaten Takalar ?

C. Tujuan dan Kegunaan

1. Untuk Menganalisis keuntungan/pendapatan pembudidaya rumput laut (*Eucheuma cottoni*) di Desa Punaga Kecamatan Mangarabombang Kabupaten Takalar.
2. Untuk Mengetahui bentuk saluran pemasaran pembudidaya rumput laut rumput laut (*Eucheuma cottoni*) di Desa Punaga Kecamatan Mangarabombang Kabupaten Takalar.
3. Untuk Menganalisis margin pemasaran pembudidaya rumput laut (*Eucheuma cottoni*) di Desa Punaga Kecamatan Mangarabombang Kabupaten Takalar.
4. Untuk Menganalisis efisiensi pemasaran pembudidaya rumput laut (*Eucheuma cottoni*) di Desa Punaga Kecamatan Mangarabombang Kabupaten Takalar.

Adapun Kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai bahan informasi bagi pengolah rumput laut (*Eucheuma cottoni*) dalam pengembangan usahanya, dimana penelitian ini sebagai bentuk informasi tentang produksi dan pemasaran rumput laut (*Eucheuma cottoni*).
2. Sebagai bahan pertimbangan pemerintah dan penentu kebijakan dalam memutuskan kebijakan yang dapat mendukung peningkatan produksi dan pemasaran
3. Sebagai bahan infomarsi bagi penulis untuk mengetahui hal yang diteliti mengenai besar produksi dan model pemasaran rumput laut (*Eucheuma cottoni*) di Desa Punaga Kecamatan mangarabombang Kabupaten Takalar.
4. Sebagai bahan referensi untuk penelitian di masa yang akan datang.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Rumput laut (*Eucheuma cottoni*)

1. Klasifikasi

Adapun klasifikasi rumput laut (*Eucheuma cottoni*)

Kingdom : Plantae

Phyllum : Rhodophyta

Class : Florideophyceae

Sub class : Rhodymyniophycidae

Ordo : Gigartinales

Familia : Solieriaceae

Genus : *Eucheuma*

Species : *Eucheuma cottonii*



Gambar 1 *Eucheuma cottonii*

Sumber : *Marinespecies*, 2021

2. Morfologi

Dari segi morfologi, rumput laut tidak memperlihatkan adanya perbedaan akar, batang dan daun. Secara keseluruhan, tanaman ini mempunyai morfologi yang mirip, walaupun sebenarnya berbeda. Bentuk – bentuk tersebut sebenarnya hanyalah *thallus* belaka. Morfologi (*E. cottoni*) adalah permukaan licin, kerangka tubuh tumbuhan bulat silindris atau gepeng, warnanya merah, abu – abu, hijau dan kuning, bercabang berselang tidak teratur *Dhicotomous* atau *Trikhoyomous*, memiliki benjolan (blunt nodule) dan duri – duri atau *spines*, susbtansi thalli *gelatinus* dan *kartilagenus* (lunak seperti tulang rawan). Keadaan warna tidak selalu tetap, kadang – kadang berwarna hijau, hijau kuning, abu – abu atau merah. Perubahan warna sering terjadi hanya karena faktor lingkungan. Kejadian ini merupakan suatu proses adaptasi kromatik yaitu penyesuaian antara proporsi pigmen dengan berbagai kualitas pencahayaan.

Penampakan thallus bervariasi dari bentuk sederhana sampai kompleks. Duri – duri pada thallus runcing memanjang, agak jarang – jarang dan tidak bersusun melingkari thallus. Percabangan ke berbagai arah dengan batang – batang utama keluar saling berdekatan ke daerah asal (pangkal). Tumbuh melekat ke substrat dengan alat perekat berupa cakram. Cabang – cabang pertama dan kedua tumbuh dengan membentuk rumpun yang rimbun dengan ciri khusus mengarah ke arah datangnya sinar matahari (Hamid, 2009).

B. Produksi

Produksi adalah kegiatan pemanfaatan/pengalokasian faktor produksi dengan tujuan menambah kegunaan atau menghasilkan barang dan atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Kegunaan atau faedah (utility) suatu barang dan atau jasa adalah kemampuan barang dan atau jasa untuk dapat memenuhi kebutuhan manusia.

Proses produksi adalah serangkaian kegiatan yang meliputi seluruh tahapan kegiatan produksi barang dan atau jasa dari awal hingga akhir kegiatan yaitu produksi, penanaman pemeliharaan, pemanenan pengolahan, dan pemasaran. Hasil akhir dari proses produksi yang dilakukan produsen adalah barang dan atau jasa yang disebut dengan produk (output). Pada bidang pertanian sejumlah produk yang diperoleh tiap satuan luas lahan disebut hasil. Sementara itu yang diperoleh dari suatu wilayah selama periode waktu tertentu disebut produksi (Karmini, 2018).

Kurun waktu produksi dibagi menjadi 2 yaitu :

1. Jangka pendek (*short run*) menunjukkan periode produksi di mana satu hingga ($n-1$) faktor produksi bersifat variabel. Pada kurun waktu ini tingkat produksi dapat diubah jumlahnya dengan jalan mengubah faktor produksi variabel yang digunakan. Produksi dapat ditingkatkan dengan menambah jam kerja atau produksi dapat dikurangi dengan mengurangi jam kerja.
2. Jangka Panjang (*long run*) adalah periode produksi di mana semua faktor produksi dianggap n variabel. Perubahan jumlah output dapat diperoleh dengan cara mengubah jumlah input yang digunakan. Produksi dapat ditingkatkan dengan menambah mesin atau sebaliknya produksi dapat dikurangi dengan mengurangi penggunaan mesin.

Faktor yang mempengaruhi Produksi (Karmini, 2018):

Soekartawi (1994) mengelompokkan faktor-faktor yang mempengaruhi produksi menjadi :

1. Faktor sosial ekonomi seperti biaya produksi, harga, tenaga kerja, tingkat Pendidikan tingkat pendapatan, risiko dan ketidakpastian, kelembagaan, tersedianya kredit dan sebagainya.
2. Faktor biologi seperti lahan pertanian dengan macam tingkat kesuburannya, bibit varietas, obat – obatan, gulma dan sebagainya.

C. Biaya Produksi

Menurut Sukirno (2008) Biaya produksi dapat didefinisikan sebagai semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor – faktor produksi dan bahan – bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang yang diproduksi perusahaan tersebut.

Biaya produksi yang dikeluarkan setiap perusahaan dibedakan menjadi 2 jenis yaitu biaya eksplisit dan biaya tersembunyi (*implicit cost*). Biaya eksplisit adalah segala biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan faktor – faktor produksi, biaya implisit adalah taksiran pengeluaran terhadap faktor – faktor produksi yang dimiliki oleh perusahaan.

Dalam jangka pendek biaya produksi adalah dimana minimal satu faktor produksinya adalah faktor produksi tetap (*fixed input*). Dengan demikian di dalam jangka pendek ada biaya yang harus dikeluarkan untuk faktor produksi tetap (*fixed cost* atau FC) dan ada biaya yang harus dikeluarkan untuk faktor produksi variabel (*variabel cost* atau VC). Ada beberapa istilah biaya dalam teori biaya yaitu sebagai berikut (Sukirno, 2008) :

1) Biaya tetap (*Fixed Cost*)

Biaya tetap adalah biaya yang timbul akibat penggunaan sumber daya tetap dalam proses produksi. Sifat utama biaya tetap adalah jumlahnya tidak berubah walaupun jumlah produksi mengalami perubahan naik atau turun. Keseluruhan biaya tetap disebut biaya total (*total fixed cost*).

2) Biaya Variabel (*Variabel Cost*)

Biaya variabel atau sering disebut biaya variabel total (*total variabel cost* atau TVC) adalah jumlah biaya produksi yang berubah menurut tinggi rendahnya jumlah output yang akan dihasilkan. Semakin besar output atau barang yang akan dihasilkan maka akan semakin besar pula biaya variabel yang akan dikeluarkan.

3) Biaya Total

Biaya total adalah keseluruhan biaya yang terjadi pada produksi jangka pendek biaya total diperoleh dari total biaya tetap dikurangi total biaya variabel.

D. Penerimaan / Pendapatan

Pendapatan adalah pendapatan uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi – prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan. Besarnya pendapatan seseorang tergantung pada jenis pekerjaannya (Sukirno, 2008).

Keuntungan dari suatu usaha tergantung pada hubungan antara biaya produksi yang dikeluarkan dengan jumlah penerimaan dari hasil penjualan dengan pusat perhatian ditujukan bagaimana cara menekan biaya sewajarnya supaya dapat memperoleh keuntungan sesuai dengan yang diinginkan, adapun biaya yang dikeluarkan adalah biaya tetap dan biaya variabel. Keuntungan adalah jumlah yang diperoleh dari penerimaan hasil penjualan produksi setelah dikurangi dengan total biaya produksi pada periode tertentu, sehingga untuk menghitung jumlah keuntungan maka perlu diketahui jumlah penerimaan dan biaya yang dikeluarkan.

Semakin banyak jumlah produk yang dihasilkan maupun semakin tinggi harga per unit produksi yang bersangkutan, maka penerimaan total yang diterima produsen akan semakin besar. Sebaliknya jika produk yang dihasilkan sedikit dan harganya rendah maka penerimaan total yang diterima produsen semakin kecil.

E. Konsep Pemasaran

1. Definisi Pemasaran

Pemasaran merupakan proses manajerial dan sosial yang didalamnya individu serta kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan dan butuhkan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain. Kegunaan yang diciptakan oleh kegiatan pemasaran adalah kegunaan tempat, kegunaan waktu, dan kegunaan kepemilikan. Kegunaan tempat artinya barang atau jasa yang diperjual belikan memiliki manfaat atau nilai harga yang lebih besar setelah terjadi perubahan waktu, pemasaran merupakan tindakan atau kegiatan yang berhubungan dengan pergerakan barang atau jasa dari produsen ke konsumen (Suriyanti, 2020).

Pemasaran berasal dari kata pasar. Pasar yang dimaksud di sini bukanlah dalam pengertian konkret, tetapi lebih ditujukan pada pengertian abstrak. Pemasaran telah didefinisikan dengan berbagai cara yang berbeda oleh pakar pemasaran. Philip Kotler dalam buku “Manajemen Pemasaran” memberikan definisi sebagai berikut. “Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana individu – individu dan kelompok - kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk – produk yang bernilai”.

Pemasaran merupakan proses manajerial dan sosial yang didalamnya individu serta kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan dan butuhkan, menawarkan dan mempetukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain. Kegunaan yang diciptakan oleh kegiatan pemasaran adalah kegunaan tempat, kegunaan waktu dan kegunaan kepemilikan. Kegunaan tempat artinya barang atau jasa yang diperjual belikan memiliki manfaat atau nilai harga yang lebih besar setelah terjadi perubahan waktu. Pemasaran merupakan tindakan atau kegiatan yang berhubungan dengan pergerakan barang atau jasa dari produsen ke konsumen (Suriyanti, 2020).

Definisi pemasaran di atas berpijak pada konsep inti, yaitu kebutuhan, keinginan dan permintaan, produk nilai yang berhubungan dengan biaya dan kepuasan, pertukaran dan transaksi, serta hubungan pasar, pemasar dan pemasaran (Nurhadi, 2008).

Kemudian pengertian pemasaran yang dikemukakan oleh Firdaus (2008) menyatakan bahwa pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang harus dilakukan oleh para pengusaha termasuk tani dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Untuk mendapatkan laba dan untuk berkembang. Berhasil tidaknya usaha tersebut sangat tergantung pada keahliannya di bidang pemasaran, produksi, keuangan dan sumber daya manusia.

Pemasaran produk merupakan salah satu komponen pasca produksi yang perlu mendapat perhatian yang lebih karena merupakan kunci dalam pengembangan usaha (Triyanti dan Shafitri, 2017).

2. Lembaga Pemasaran dan Saluran Pemasaran

a. Lembaga Pemasaran

Lembaga pemasaran adalah badan usaha atau individu yang menyelenggarakan aktivitas pemasaran menyalurkan jasa dan produk pertanian kepada konsumen akhir serta memiliki jejaring dan koneksitas dengan badan usaha dan atau individu. Lembaga peamasaran muncul sebagai akibat kebutuhan konsumen memperoleh produk yang diinginkan sesuai waktu, tempat dan bentuknya. Dalam pemasaran seringkali timbul pertanyaan "*who*" atau siapa yang terlibat dalam pemasaran dan melakukan kegiatan apa saja atau "*what*".

Peran lembaga pemasaran adalah melakukan fungsi – fungsi pemasaran serta memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara maksimal. Konsumen memberikan balas jasa tersebut tercermin pada besarnya margin pemasaran. Umumnya lembaga pemasaran dapat digolongkan menurut penguasaannya terhadap komoditi yang dipasarkan dan fungsi pemasaran yang dilakukan (Ustriyana, 2017).

Berdasarkan penguasaannya terhadap komoditi yang diperjualbelikan lembaga pemasaran dibedakan menjadi tiga kelompok yaitu (Ustriyana, 2017):

1. Lembaga pemasaran yang bukan pemilik namun mempunyai kuasa atas produk (*agent middleman*), di antaranya adalah :
 - Perantara, makelar (*broker*), baik *selling broker* maupun *buying broker*. *Broker* merupakan pedagang perantara yang tidak secara aktif berpartisipasi dalam melakukan fungsi pemasaran, mereka hanya berperan menghubungkan pihak-pihak yang bertransaksi. Bila transaksi berhasil dilaksanakan, *broker* akan memperoleh komisi atas jasa mereka
 - *Commission agent*, yaitu pedagang perantara yang secara aktif turut serta dalam pelaksanaan fungsi pemasaran terutama yang berkaitan dengan proses seleksi produk, penimbangan dan grading. Umumnya mereka memperoleh komisi dari perbedaan harga produk.
2. Lembaga pemasaran yang memiliki dan menguasai produk pertanian yang diperjualbelikan, antara lain :
 - Pedagang pengumpul atau pengumpul, penebas, tengkulak atau *contract buyer*, *whole seller*. Mereka umumnya menaksir total nilai produk pertanian dengan cara menaksir jumlah hasil panen dikalikan dengan harga yang diharapkan pada saat panen (*expectation price*). Dalam praktek *on farm*, bila *contract buyer* adalah penebas atau *ijon* maka setelah ada kesepakatan harga, mereka akan bertanggungjawab memelihara tanaman sampai panen selesai dilakukan. Biaya panen dibayar oleh penebas.
 - *Grain millers*, adalah pedagang atau lembaga pemasaran yang memiliki gudang penyimpanan produk pertanian. Mereka membeli aneka produk pertanian utamanya padi dan palawija dan sekaligus menangani pasca panennya.
 - Eksporter dan importer.
3. Lembaga pemasaran yang tidak memiliki dan tidak menguasai produk pertanian yang ditransaksikan :
 - *Processors* dan manufaktur: Lembaga-lembaga ini sangat berperan dalam proses pemasaran agroproduk sebab keberadaannya menjadi jaminan pasar bagi produk pertanian. Sebagai contoh dapat diamati industri-industri pangan olahan seperti produsen sari apel, buah kaleng, susu pasteurisasi, pakan ternak, penggilingan padi, baik dalam skala mikro, kecil, menengah hingga industri besar seperti Pabrik Gula (PG).
 - *Facilitative organizations*: salah satu bentuk organisasi fasilitatif yang sudah dikenal di Indonesia adalah pasar lelang ikan. *SubTerminal Agribisnis*, walaupun belum

sepenuhnya berjalan dengan baik sudah menawarkan alternatif transaksi berbagai produk pertanian produk pertanian melalui lelang.

- *Trade associations*: asosiasi perdagangan agroproduk yang terutama bertujuan untuk mengumpulkan, mengevaluasi, dan mendistribusikan informasi pada anggotanya. Contoh asosiasi dagang semacam ini adalah AEKI (Asosiasi Ekspor Kopi Indonesia).

b. Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran adalah rute yang dilalui oleh produk pertanian ketika produk bergerak dari farm gate yaitu petani produsen ke pengguna atau pemakai terakhir. Produk pertanian yang berbeda akan mengikuti saluran pemasaran yang berbeda pula. Umumnya saluran pemasaran terdiri atas sejumlah lembaga pemasaran dan pelaku pendukung. Mereka secara bersama-sama mengirimkan dan memindahkan hak kepemilikan atas produk dari tempat produksi hingga ke penjual terakhir (Ustriyana, 2017).

Menurut Hanafiah dan Saefuddin (1983), panjang pendeknya saluran tataniaga yang dilalui oleh suatu hasil perikanan tergantung pada beberapa faktor, antara lain :

1.) Jarak antara produsen dan konsumen

Makin jauh jarak antara produsen dan konsumen biasaya makin panjang saluran yang ditempuh oleh produk.

2.) Cepat tidaknya produk rusak

Produk yang cepat rusak harus segera diterima oleh konsumen, dengan demikian dalam pemasarannya harus cepat.

3.) Skala Produksi

Bila produksinya berlangsung dalam ukuran-ukuran kecil maka jumlah produk yang dihasilkan berukuran kecil pula. Hal ini tidak menguntungkan jika produsen langsung menjualnya ke pasar.

4.) Posisi keuangan pengusaha

Produsen yang posisi keuangannya kuat cenderung untuk memperpendek saluran pemasaran. Beberapa golongan pedagang perantara yang terlibat dalam pemasaran hasil perikanan rakyat Indonesia yaitu :

Tengkulak desa, Yaitu lembaga pemasaran yang aktif membeli ikan dari produsen (nelayan, petani ikan dan pengolah hasil perikanan) dengan mendatangi unit-unit usaha atau menunggu di warung atau di rumahnya dimana produsen menjual ikan.

Pedagang pengumpul di pasar local, Yaitu lembaga pemasaran yang membeli barang terutama dari tengkulak desa dan barang-barang dari produsen di pasar lokal. Pedagang besar (grosir), Yaitu lembaga pemasaran yang aktif di pasar-pasar pusat di

kota-kota besar dan menerima barang terutama dari pengumpul pasar local dan juga dari tengkulak desa.

Agen, Yaitu lembaga pemasaran yang aktif membeli ikan di unit-unit usaha dan untuk pedagang besar (eksportir, pengusaha cold storage) tertentu. Pedagang eceran, Pada daerah konsumen, yaitu lembaga pemasaran yang membeli barang dari grosir, kemudian menjualnya kepada konsumen di pasar-pasar eceran atau dengan cara menjajakan ke kampung-kampung untuk daerah produksi, pedagang ini biasanya membeli barang dari produsen atau pasar lokal, kemudian menjualnya ke kampung-kampung.

3. Margin dan Biaya Pemasaran

a. Margin Pemasaran

Menurut zulkifili (2002) margin pemasaran atau tataniaga pemasaran adalah perbedaan harga yang dibayar konsumen akhir untuk suatu produk dan harga yang diterima petani konsumen untuk produk yang sama (rupiah/kilogram). Margin pemasaran termasuk semua ongkos yang menggerakkan produk tersebut mulai dipintu gerbang petani sampai ketangan konsumen akhir. Dan menurut sudiyono (2002) margin dapat didefinisikan dengan dua cara, yaitu : pertama margin pemasaran merupakan perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani. Kedua, margin pemasaran merupakan biaya dari jasa – jasa pemasaran yang dibutuhkan sebagai akibat permintaan dan penawaran jasa – jasa pemasaran (Suriyanti, 2020).

Berdasarkan pendapat diatas margin pemasaran dapat diartikan menjadi selisih harga yang ditawarkan penjual dengan harga yang diterima pembeli atau penjumlahan semua biaya pemasaran yang harus dikeluarkan selama proses penyaluran suatu barang dari produsen kepada konsumen, disamping keuntungan yang diperoleh dari komoditi yang diusahakan.

b. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran sering diukur dengan margin pemasaran, yang sebenarnya hanya menunjukkan bagian dari pembayaran konsumen yang diperlukan untuk menutup biaya yang dikeluarkan dalam proses pemasaran. Kecenderungan menunjukkan bahwa bagian yang tersisa bagi pengusaha tani akibat adanya penambahan yang mahal kepada produk tersebut adalah semakin kecil.

Biaya pemasaran suatu barang niaga terdiri dari jumlah pengeluaran produsen, jumlah pengeluaran pedagang, dan laba (profit) yang diterima masing – masing lembaga bersangkutan. Biaya pemasaran suatu jenis barang biasanya diukur secara kasar dengan margin (Hanafia dan Saefuddin, 2006).

4. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran merupakan tujuan akhir dari system pemasaran ikan. Pengukuran efisiensi dapat dilakukan melalui konsep persaingan yang menghendaki penetapan kriteria meliputi aspek struktur pasar, perilaku dan penampilan pasar. Struktur pasar dan perilaku pasar akan menentukan keragaman pasar yang dapat diukur melalui perubahan harga, biaya dan margin pemasaran serta jumlah komoditas yang diperdagangkan (Hanafia dan Saefuddin, 1983).

Efisiensi Pemasaran merupakan tolak ukur atas produktivitas proses pemasaran dengan membandingkan sumberdaya yang digunakan terhadap keluaran yang dihasilkan selama berlangsungnya proses pemasaran (Irnawati, 2018).

Dari sudut pandang *marketing mix*, Efisiensi pemasaran menurut Downey dan Erickson 1992 dalam Irnawati (2018) dapat dilihat dari masing – masing elemen, yaitu :

1. Efisiensi produk merupakan usaha untuk menghasilkan produk melalui penghematan harga serta penyederhanaan prosedur teknis produksi guna keuntungan maksimum.
2. Efisiensi distribusi dinyatakan sebagai produk dari produsen menuju kepasar sasaran melalui saluran distribusi yang pendek atau berusaha menghilangkan satu atau lebih mata rantai pemasaran yang Panjang di mana distribusi produk berlangsung dengan Tindakan penghematan biaya dan waktu.
3. Efisiensi harga yang menguntungkan pihak produsen dan konsumen diikuti dengan keuntungan yang layak diambil oleh setiap mata rantai pemasaran sehingga harga yang terjadi di tingkat petani tidak berbeda jauh dengan harga yang terjadi di tingkat konsumen.
4. Efisiensi promosi mencerminkan penghematan biaya dalam melaksanakan pemberitahuan di pasar sasaran mengenai produk yang tepat, meliputi penjualan perorangan atau missal dan promosi penjualan.

Efisiensi pemasaran yang efisien jika biaya pemasaran lebih rendah daripada nilai produk yang dipasarkan, semakin rendah biaya pemasaran dari nilai produk yang dipasarkan semakin efisien melaksanakan pemasaran. Efisiensi harga adalah menyangkut harga komoditi pisang gadis mulai dari petani ke pedagang besar sampai ke konsumen akhir pada masing – masing saluran pemasaran (Irnawati, 2018).

F. Kerangka Pikir

Sumberdaya alam yang melimpah di Indonesia sangat melimpah terutama di bidang sumberdaya perikanan yang tidak terbatas, oleh karena itu perlu dijaga dan dikembangkan dengan baik sehingga dapat memberikan impact dan manfaat untuk kesejahteraan masyarakat. Salah satu potensi perikanan yaitu budidaya rumput laut.

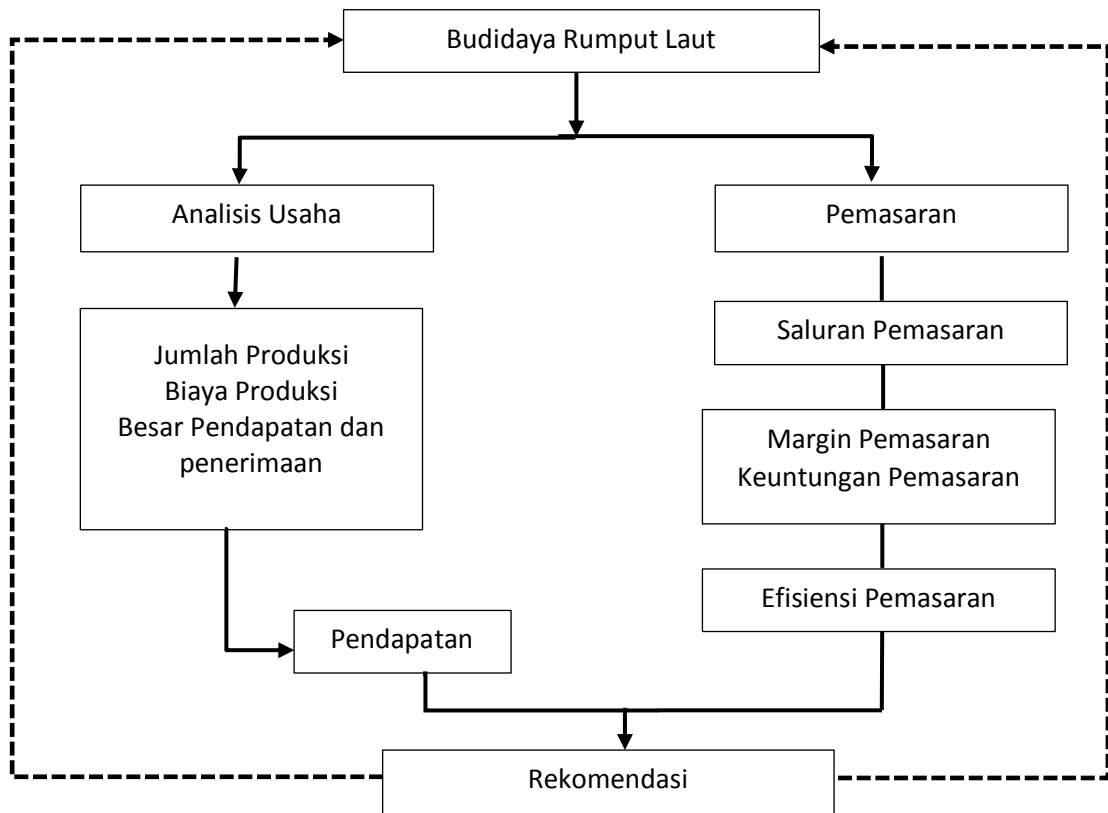
Rumput laut merupakan salah satu komoditi yang ada di Kabupaten Takalar. Termasuk komoditi yang memiliki daya Tarik untuk diteliti sesuai dengan jumlah produksi rumput lautnya. Selain itu rumput laut merupakan salah satu hasil perikanan ekonomis penting yang di konsumsi sebagai sumber bahan olahan yang berkualitas dan dijadikan sebagai komoditi ekspor, sehingga memiliki potensi untuk peningkatan harga yang cukup mahal.

Masyarakat yang berada di Desa Punaga Kecamatan Mangarabombang sebagian besar berprofesi sebagai pembudidaya rumput laut atau pembudidaya rumput laut untuk memenuhi kebutuhan dan pendapatannya berasal dari produksi rumput laut tersebut.

Pada proses hasil produksi rumput laut dan menghasilkan penerimaan, penerimaan ini adalah nilai yang di peroleh dari hasil penjualan produksi dikurangi biaya produksi. Selisih antara hasil penerimaan dan biaya yang dikeluarkan merupakan pendapatan. Hasil produksi dan biaya produksi akan mempengaruhi secara langsung terhadap penerimaan dan pendapatan.

Pada proses pemasaran rumput laut tentunya tidak lepas dari keterlibatan antar lembaga pemasaran yang ada didalamnya dari produsen sampai ke tangan pengumpul atau bahkan ke tangan produsen. Dari proses tersebut dapat diketahui berapa besar margin dan efisiensi pemasaran yang diperoleh setiap lembaga yang terlibat dalam proses pemasaran rumput laut tersebut. Daya dukung pasar dan infrastruktur pun harus menjadi syarat utama sebab akan menentukan kelanjutan produksi rumput laut di Desa Punaga Kecamatan Mangarabombang Kabupaten Takalar.

Secara skematis kerangka pemikiran dalam penelitian sebagai berikut :



Gambar 2 .Skema Kerangka Penelitian