

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN  
PENDAPATAN PADA AGRIBISNIS RUMPUT LAUT DI  
KABUPATEN BANTAENG**

MARKETING STRATEGIES TO INCREASE INCOME IN  
SEAWEED AGRIBUSINESS IN BANTAENG DISTRICT



**REFLIN ENTENGO**

**P042211019**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
SEKOLAH PASCASARJANA  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR**

**2024**

**MARKETING STRATEGIES TO INCREASE INCOME IN  
SEAWEED AGRIBUSINESS IN BANTAENG DISTRICT**



**REFLIN ENTENGO**

**P042211019**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**

**SEKOLAH PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**MAKASSAR**

**2024**

STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN  
PENDAPATAN PADA AGRIBISNIS RUMPUT LAUT DI  
KABUPATEN BANTAENG

Tesis

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar magister

Program Studi Agribisnis

Disusun dan diajukan oleh

REFLIN ENTENGO

P042211019

Kepada

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

SEKOLAH PASCA SARJANA

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2024

**TESIS**

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA  
AGRIBISNIS RUMPUT LAUT DI KABUPATEN BANTAENG**

**REFLIN ENTENGO  
P042211019**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian Magister pada tanggal 22 Mei 2024  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

pada

Program Studi Pengelolaan Lingkungan Hidup  
Sekolah Pascasarjana  
Universitas Hasanuddin  
Makassar

Mengesahkan:

Pembimbing Utama

Prof. Dr. Ir. Ahmad Ramdhan Siregar, M.Si.  
NIP. 19620220 198811 1 001

Ketua Program Studi  
Agribisnis

Prof. Dr. Ir. Muh. Hatta Jamil, S.P., M. Si  
NIP. 196712231 199512 1 001

Pembimbing Pendamping,

Dr. Ir. Andi Adri Ariet, S.Pi., M.Si  
NIP. 19710422 200501 1 002

Dekan Sekolah Pascasarjana  
Universitas Hasanuddin,



Prof. dr. Budu, Ph.D., Sp.M(K), M.Med.Ed.  
NIP. 19661231 199503 1 009

## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis berjudul “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Agribisnis Rumput Laut Di Kabupaten Bantaeng” adalah benar karya saya dengan arahan dan tim pembimbing utama Prof. Dr. Ir. Ahmad Ramadhan Siregar, M.Si. dan tim pembimbing pendamping Dr. Ir. Andi Adri Arief, S.Pi.,M.Si. karya ilmiah ini belum diajukan dan tidak sedang diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar Pustaka tesis ini. Sebagian dari isi tesis ini telah di publikasikan di jurnal (nama, volume, dan DOI) Sebagian artikel dengan judul xxx apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa Sebagian atau keseluruhan tesis ini adalah karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut berdasarkan aturan yang berlaku.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta (hak ekonomis) dari karya tulis saya berupa tesis ini kepada Universitas Hasanuddin.

Makassar, juni 2024



Reflin Entengo  
P042211019

## UCAPAN TERIMA KASIH

*Assalamualaikum Warahmatullahi wabarakatuh*

Rasa syukur penulis panjatkan kepada Allah subhana wa ta'ala atas berkat limpahan dan rahmat-Nya serta salawat menyertai salam penulis kirimkan kepada rasulullah Muhammad sallallahu alaih wa sallam sehingga penulis mampu merampungkan Tesis yang berjudul “Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Agribisnis Rumput Laut Di Kabupaten Bantaeng” guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada Jenjang Magister Prodi Agribisnis Sekolah Pasca Sarjana Universitas Hasanuddin.

Penulis sadar akan keterbatasan setiap manusia, oleh karena itu penulis menyadari tidak akan mampu menyelesaikan Tesis ini tanpa adanya bantuan perantara dari pihak lain baik bantuan moril maupun materil. Dalam penyusunan Tesis ini tentunya penulis menemui berbagai hambatan. Namun berkat usaha dan kerjakeras serta bimbingan, arahan, kerjasama dan bantuan berbagai pihak

maka Tesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Olehnya itu dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan Jazakumullah Khaeran kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Jamaluddin Jompa, M.Sc sebagai Rektor Universitas Hasanuddin yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melanjutkan pendidikan Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin
2. Bapak Prof. Dr. Budu, Ph.D., SP.M(K), M.MEDED selaku Dekan Sekolah Pascasarjana Universitas Hasanuddin, dan Bapak Dr. Ir. Muh. Hatta Jamil, SP.,M.Si selaku Ketua. Program Studi. Sekolah Pascasarjana Universitas Hasanuddin beserta staf serta Pengelola yang telah mendorong, membantu, dan membimbing penulis selama mengikuti pendidikan di Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin.

3. Bapak Prof. Dr. Ir. Ahmad Ramadhan Siregar, M.Si., Ph.D selaku Pembimbing 1 dan Bapak Dr. Ir. Andi Adri Arief, S.Pi., M.Si selaku Pembimbing 2 yang telah banyak memberikan masukan, bimbingan, motivasi disela-sela kesibukan.
4. Bapak Prof. Dr. Ir. Muh. Htta Jamil, S.Pi., M.si. Dr. Ir. Mahyuddin, M.Si. Dr. Sri Suro Adhawati., S.E., M.Si selaku Penguji yang memberikan kritik dan saran yang membangun semangat luar biasa agar penelitian ini menjadi lebih baik.
5. Kedua Orang Tua penulis yang tercinta, (Alm) Ayahanda Hamsa Entengo dan Ibunda Suryati Napai yang senantiasa mendoakan penulis setulus hati, memberikan kasih sayangnya serta dukungan kepada penulis dan mendidik tanpa mengenal lelah hingga penulis dapat sampai pada tahap ini.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen, Staf Pengajar, dan Staf Administrasi di Fakultas Sekolah

Pascasarjana Universitas Hasanuddin yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.

7. Masyarakat Pesisir Kecamatan Bantaeng dan Kecamatan Pajukukang yang bersedia meluangkan waktunya untuk menerima dan bekerjasama selama proses pengumpulan data penelitian.
8. Kepada Andi Niken Ayu N.F. dan "A" Yang selalu menemani mensupport penulis dari sarjana hingga sampai menyelesaikan Magister
9. Seluruh teman-teman seperjuangan di program S2 Agribisnis angkatan 2021 yang telah mendukung dan kebersamai saat perkuliahan.
10. Kepada Sahabat-sahabat penulis yang selalu memberi semangat kepada penulis.
11. Semua pihak yang telah membantu penulis namun tidak mampu penulis sebutkan satu per satu.

Demikianlah ucapan terima kasih, semoga segala pihak yang secara langsung maupun tidak

langsung telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir dan Allah balas dengan sebaik-baik balasan. Aamiin. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis masih jauh dari kata sempurna , untuk itu penulis dengan berbesar hati dan ikhlas menerima saran maupun kritik yang membangun dari pembaca guna perbaikan serta penyempurnaan karya tulis.

Akhir kata, Penulis berharap semoga Tesis ini dapat bermanfaat dan semoga Allah SWT memberi lindungan bagi kita semua.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatu.

Makassar, Mei 2024

## ABSTRAK

**REFLIN ENTENGO.** *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Agribisnis Rumput Laut Di Kecamatan Bantaeng, Kabupaten Bantaeng* (dibimbing oleh **Ahmad Ramadhan Siregar** dan **Andi Adri Arief**)

Petani rumput laut belum banyak diuntungkan dari kegiatan pemasaran rumput laut, khususnya dalam bentuk kering. Pemasaran rumput laut di Kabupaten Bantaeng secara umum belum maksimal masyarakat belum mampu memasarkan hasil budidaya rumput lautnya dengan baik. Budidaya rumput laut masyarakat terikat dengan pedagang, dimana ketika masyarakat mengambil kebutuhan budidaya rumput laut pedagang, petani wajib menyerahkan hasil panennya kepada pedagang, disitulah keuntungan pedagang mempermainkan harga rumput laut, pengepul mengambil rumput laut dengan harga pasar, sehingga harga yang diterima oleh petani jauh dari harga umum. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat pendapatan, biaya dan margin pada masing-masing pemasaran rumput laut *E.Cottonii* dan *Gracilaria SP* kelembagaan dan menganalisis strategi pemasaran rumput laut di Kabupaten Bantaeng. Analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif dan kuantitatif data yang terkumpul ditabulasikan dan dianalisis. Hasil dari penelitian ini adalah perlunya zonasi pesisir untuk memperluas areal budidaya sehingga produksi rumput laut dapat meningkat. Penggunaan teknologi seperti pemasaran digital dan kerjasama dengan pemerintah diharapkan dapat membantu petani menjual hasil panennya.

**Kata Kunci.** *Strategi. Pemasaran. Rumput Laut*

 <b>GUGUS PENJAMINAN MUTU (GPM) SEKOLAH PASCASARJANA UNHAS</b>	
Abstrak ini telah diperiksa.	Paraf Ketua / Sekretaris.
Tanggal : _____	

## ABSTRACT

**REFLIN ENTENGO.** *Marketing Strategy to Increase Income in Luat Grass Agribusiness in Bantaeng District, Bantaeng Regency* (supervised by **Ahmad Ramadhan Siregar** and **Andi Adri Arief**)

Seaweed farmers have not benefited much from seaweed marketing activities, especially in dry form. Marketing of seaweed in Bantaeng Regency is generally not optimal, the community has not been able to market the results of their seaweed cultivation properly. The community's seaweed cultivation is tied to traders, where when the community takes the trader's seaweed cultivation needs, the farmer is obliged to hand over his harvest to the trader, that's where the trader profits from playing with the price of seaweed, the collectors take the seaweed at the market price, so that the price received by the farmer is far from general price. The aim of this research is to analyze the level of income, costs and margins in each institutional marketing of *E. Cottoni* and *Gracilaria SP* seaweed and analyze seaweed marketing strategies in Bantaeng Regency. Data analysis was carried out using descriptive and quantitative analysis. The collected data was tabulated and analyzed. The result of this research is the need for coastal zoning to expand cultivation areas so that seaweed production can increase. The use of technology such as digital marketing and collaboration with the government is expected to help farmers sell their crops

**Keywords.** *Strategy. Marketing. Seaweed.*

 <b>GUGUS PENJAMINAN MUTU (GPM) SEKOLAH PASCASARJANA UNHAS</b>	
Abstrak ini telah diperiksa.	Paraf Ketua Sekretaris.
Tanggal : _____	

## DAFTAR ISI

SAMPUL.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR ISI .....	v
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Research Gap .....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.6 Sistematika Penulisan Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	14
2.1 Agribisnis rumput laut.....	14
2.2 Pemasaran .....	17
2.3 Lembaga Pemasaran dan Saluran Pemasaran .....	18
2.4 Margin, Biaya, Pendapatan.....	20
2.5 Farmer Share .....	24
2.6 Efisiensi Pemasaran.....	24
2.7 Penelitian Terdahulu .....	26

2.8 Kerangka konseptual .....	31
2.9 Definisi Operasional .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	38
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4 Analisis Data.....	40
3.5 Analisis SWOT .....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	43
4.2 Karakteristik Responden .....	50
4.3 Analisis Biaya Rumput Laut di Kabupaten Bantaeng	57
4.4 Analisis Pendapatan Rumput Laut di Kabupaten Bantaeng .....	57
4.5 Analisis Usaha Biaya Rumput Laut .....	60
4.6 Sistem Pemasaran .....	73
4.7 Posisi Usaha Berdasarkan Matriks .....	103

4.8 Analisis Strategi Efisiensi Pemasaran Rumput Laut di Kabupaten Bantaeng .....	112
BAB V PENUTUP .....	121
5.1 Kesimpulan.....	121
5.2 Saran .....	124
DAFTAR PUSTAKA.....	125

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Produksi Rumput Laut Kab. Bantaeng Tahun 2018-2022 .....	2
Tabel 4.1	Sektor Perikanan .....	51
Tabel 4.2	Sektor Holtikultura.....	51
Tabel 4.3	Sektor Perkebunan .....	51
Tabel 4.4	Sektor Peternakan .....	51
Tabel 4.5	Sektor Pariwisata .....	51
Tabel 4.6	Responden Berdasarkan jenis Kelamin .....	51
Tabel 4.7	Responden Berdasarkan Usia .....	52
Tabel 4.8	Responden Berdasarkan Pendidikan .....	53
Tabel 4.9	Responden Berdasarkan Luas Lahan .....	54
Tabel 4.10	Responden berdasarkan Tanggungan Keluarga .....	40
Tabel 4.11	Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	56
Tabel 4.12	Pendapatan Rumput Laut E. Cottoni .....	58
Tabel 4.13	Pendapatan Rumput laut Gracilaria SP.....	59
Tabel 4.14	Biaya Variabel Rumput Laut E. Cottoni .....	61
Tabel 4.15	Biaya Variabel Rumput Laut Gracilaria SP ....	62
Tabel 4.16	Biaya tetap Rumput Laut E.Cottoni .....	63
Tabel 4.17	Biaya Tetap Rumput Laut Gracilaria SP .....	64
Tabel 4.18	Total Biaya Rumput Laut E.Cottoni .....	66
Tabel 4.19	Total Biaya Rumput Laut Gracilaria SP .....	67
Tabel 4.20	Margin Pemasaran Rumput Laut E.Cottoni ...	69

Tabel 4.21	Margin Pemasaran Rumput Laut Gracilaria SP	70
Tabel 4.22	Biaya Pemasaran Laut E.Cottoni	72
Tabel 4.23	Biaya Pemasaran Laut Gracilaria SP	72
Tabel 4.24	Matriks SWOT Rumput Laut E.Cottoni	104
Tabel 4.25	Matriks SWOT Rumput Laut Gracilaria SP..	105
Tabel 4.26	Matriks SWOT Rumput Laut E.Cottoni	107
Table 4.27	Matriks SWOT Rumput Laut Gracilaria SP..	110
Tabel 4.28	Matriks SWOT Rumput Laut E.Cottoni ....	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>		
Tabel 4.29	Matriks SWOT Rumput Laut Gracilaria SP	
	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Rumput laut merupakan salah satu komoditi ekspor yang potensial untuk dikembangkan. Saat ini Indonesia masih merupakan salah satu negara eksportir penting di Asia karena rumput laut tumbuh dan tersebar hampir di seluruh perairan Indonesia. Daerah sentra produksi rumput laut terbesar di wilayah pesisir pantai Indonesia salah satunya adalah Sulawesi Selatan. Sulawesi Selatan merupakan daerah penghasil rumput laut terbesar di Indonesia dengan kontribusi sekitar 30% lebih terhadap produksi nasional. Rezki Amalia (2019)

Sulawesi Selatan merupakan salah satu provinsi penyumbang terbesar produksi rumput laut nasional. Peningkatan produksi tercapai karena lahan yang luas untuk pengembangan rumput laut di daerah ini, yakni 250 ribu hektare. Prospek rumput laut sangat cerah dikarenakan kebutuhan pasar dunia akan rumput laut mencapai 300 ribu

ton per tahun (Harifuddin, at al, 2018).

Dari ratusan jenis rumput laut yang tersebar di perairan pantai Indonesia, dari beragam jenis rumput laut ada 15 spesies rumput laut yang di budidayakan secara luas di Indonesia, yaitu *Kappaphycus*, *Alvarezii*, *Euchema Denticulatum*, *Gracilaria Gigas*, *Caulerpa Lentilifera*, *Caulerpa Racemose*, *Caulerpa Sertularioides*, *Eucheuma Striatum*, *Sargassum Sp*, *Gracilaria Edulis*, *Gelidium Sp*, *Halyemenia Sp*, *Gracilaria Verrucosa*, *Asparagopsis Taxifolia*, *Ulva Sp*, *Sargassum Cottonii*. Di Kabupaten Bantaeng memiliki dua jenis rumput laut yang di budidayakan oleh masyarakat pesisir yaitu *gracilaria sp* dan *cottonii*. (Agusanty, Harnita. 2022)

Berdasarkan laporan Dinas Perikanan dan Kelautan Sulawesi Selatan 2018 produksi rumput laut nasional mencapai 1.728.475 ton basah pada tahun 2007 lalu atau setara 172.847,5 ton kering. Sementara produksi rumput laut Sulawesi Selatan telah mencapai 670.740 ton basah atau setara dengan 63.074 ton kering (36,5%).

Usaha untuk meningkatkan produksi rumput laut sangat memungkinkan dapat dicapai, karena daerah Sulawesi Selatan dinilai memiliki potensi sumberdaya perikanan pantai yang cukup besar, teknologi budidaya dan pasca panen mudah dilaksanakan serta tidak membutuhkan modal yang besar (Harifuddin;at all, 2018).

**Tabel 1.1 Produksi Rumput Laut Kab. Bantaeng Tahun 2018 – 2022**

Tahun	Produksi (Ton Basah)
2018	84.076
2019	84.805
2020	86.288
2021	86.312
2022	89.166

Sumber: Dinas Perikanan dan Kelautan Kab. Bantaeng,

2023

Tabel 1, menunjukkan bahwa produksi rumput laut di Kabupaten Bantaeng menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun. Kabupaten Bantaeng merupakan salah satu Kabupaten di Sulawesi Selatan oleh menteri perikanan dan kelautan, telah dicanangkan sebagai sentra rumput laut di

Indonesia. Oleh karena itu untuk mengelola dan mewujudkan hal tersebut dalam jangka panjang maka pemerintah daerah telah menetapkan untuk menjaga ekosistem pesisir Kabupaten Bantaeng yang merupakan titik-titik pengembangan rumput laut, karena sebagian besar penduduknya adalah petani, maka sangat wajar jika Kabupaten Bantaeng sangat mengendalikan sektor perikanan.

Rumput Laut yang mencakup dalam segala bidang menjadikan permintaan rumput laut baik tingkat nasional maupun ekspor akan terus mengalami peningkatan setiap tahunnya sehingga memacu pemerintah sebagai pemangku kebijakan dan petani rumput laut sebagai pelaku usaha untuk terus meningkatkan produksi rumput laut. Nilai jual rumput laut yang tinggi di pasaran baik itu pasar lokal maupun pasar ekspor mengindikasikan mampu meningkatkan pendapatan petani rumput, menjadikan komoditas rumput laut sebagai komoditas unggulan dalam sektor perikanan

Dalam sistem pemasaran hasil perikanan, terdapat *conflict of interest* dari tiga pilar utama yaitu produsen yang menginginkan harga yang tinggi, sementara konsumen menghendaki harga yang murah dan lembaga pemasaran yang menghendaki keuntungan maksimal. Persoalannya kemudian bahwa dalam pemasaran komoditi perikanan, studi empiris menunjukkan pihak yang paling banyak dirugikan adalah petani rumput laut, sedangkan pedagang pada umumnya memperoleh keuntungan yang lebih besar atau dengan kata lain sistem pasar masih jauh dari prinsip keadilan.

Berdasarkan observasi awal permasalahan atau kendala yang di hadapi petani Rumput Laut di Kelurahan Lembang Kecamatan Bantaeng, Kabupaten Bantaeng yaitu faktor harga yang belum stabil dari tahun 2019 harga perkilo rumput laut kering jenis *Gracilaria SP* berkisaran Rp.5000/Kg, sedangkan untuk tahun 2020 mengalami peningkatan Rp.5.000-6.000/Kg, kemudian di susul 2021 tidak mengalami kenaikan harga, dan untuk tahun 2022

timbulah kenaikan harga yang signifikan yaitu Rp.8.000/Kg. Sedangkan rumput laut jenis E.Cottoni harga perkilonya ditahun Rp 28.000 ditahun 2020 mengalami penurunan di kirsan harga RP 26.000. tahun 2021 mengalami kenaikan di kirsan harga Rp 29.000. tahun 2022 harga rumput laut jenis E.Cottoni relatif stabil di antara harga RP 28.000-29.000/kg.

Permasalahan pada pengembangan rumput laut akhir-akhir ini adalah berkaitan dengan aspek pemasaran. Pembudidaya rumput laut belum merasakan banyak keuntungan dari kegiatan pemasaran rumput laut terutama dalam bentuk kering. Masalah pemasaran tersebut diduga terkait dengan aspek kelembagaan, jaringan pemasaran, dan gap/kesenjangan komunikasi antara produsen dan penggunanya. Panjangnya rantai pemasaran rumput laut menyebabkan margin yang diterima pembudidaya relatif masih kecil sedangkan produk yang dijual masih sangat terbatas pada bahan mentah (raw material) sehingga

pembudidaya belum mendapatkan nilai tambah (value added) dari hasil budidayanya tersebut.

Permasalahan lain yang berhubungan dengan pemasaran di Kabupaten Bantaeng yaitu harga rumput laut sering berfluktuatif sehingga mempengaruhi tingkat pendapatan serta tidak adanya ketetapan harga rumput laut dari pemerintah yang membuat posisi petani lemah. Produksi yang dihasilkan oleh pembudidaya rumput laut sering kali tidak sesuai dengan standard yang ditetapkan oleh industri pengolahan atau eksportir sehingga hal ini menjadi alasan bagi industri untuk membeli rumput laut dengan harga murah.

Pemasaran rumput laut di Kabupaten Bantaeng secara umum belum termaksimal dengan baik akibatnya masyarakat belum bisa memasarkan hasil panen rumput lautnya dengan baik, ini dikarenakan disisi lain masyarakat pembudidaya rumput laut terikat dengan pedagang kecil, dimana ketika masyarakat mengambil kebutuhan budidaya

rumput laut pada pedangan kecil tersebut maka petani wajib memasukan hasil panennya pada pedagan tersebut, disitulah keuntungan pedagan kecil memaikan harga rumput laut, dimana pengepul mengambil rumput laut dibawa harga yang ada di pasaran, sehingga harga yang di terima petani jauh dari harga pada umumnya. Oleh karena itu, maka penulis melakukan penelitian mengenai **“Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Agribisnis Rumput Laut Di Kabupaten Bantaeng”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Berapa besar tingkat pendapatan, biaya, dan margin pada setiap lembaga pemasaran. Rumput laut jenis *E.Cottoni* dan *Grasilaria SP.?*
2. Bagaimana strategi pemasaran rumput laut di Kabupaten Bantaeng.?

### 1.3 Research Gap

Penelitian mengenai pemasaran rumput laut sudah banyak dilakukan, namun penelitian tersebut hanya membahas terkait dengan pendapatan ataupun hanya terkait dengan pemasaran itu sendiri. 1) penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rezki Amalia Ayu (2019) dengan judul “analisis pendapatan usahatani rumput laut jenis (*gracilaria* sp) di desa borong loe Kecamatan Pajukukang Kabupaten Bantaeng. Penelitian tersebut membahas mengenai tingkat Pendapatan Usahatani Rumput jenis *Grcilaria* Sp di Desa Borong Loe Kecamatan Pa'jukukang Kabupaten dari satu kali produksi rumput laut.(2) penelitian terdahulu yang dilakukan oleh susilawati (2015) : (1) Mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal dalam menjalankan kegiatan pemasaran ikan di Kabupaten Bengkalis, (2) Saluran distribusi pemasaran yang ditempuh oleh nelayan di Kabupaten Bengkalis, (3) Tinjauan perspektif ekonomi Islam terhadap pemasaran ikan yang dilakukan oleh nelayan di Kabupaten Bengkalis. (3) penelitian terdahulu yang

dilakukan oleh Lisda Noer 2014 dengan judul “analisis pendapatan dan pemasaran usahatani semangka di desa maranatha Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi” membahas mengenai besarnya pendapatan yang diperoleh petani dari usaha semangka, saluran pemasaran serta margin dan efisiensi pemasaran usaha semangka di Desa Maranatha Kecamatan Sigi Biromaru Kabupaten Sigi.

Kebaharuan penelitian ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang sejenis yaitu jenis rumput laut *E.Cottoni* dan *Gracilaria SP* pada aspek besaran tingkat pendapatan, besaran biaya, margin, dan keuntungan pada setiap Lembaga pemasaran serta tingkat efisiensi pemasaran rumput laut di kecamatan bantaen. Kabupaten bantaeng. Pada penelitian terdahulu, hanya membahas mengenai pendapatan, kondisi internal dan eksternal. Sehingga ini yang melatar belakangi saya mengambil judul mengenai **“Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Pendapatan Pada Agribisnis Rumput Laut Di kecamatan bantaeng, Kabupaten Bantaeng”**

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah

1. Untuk menganalisis besar tingkat pendapatan, biaya dan margin pada setiap lembaga pemasaran Rumput laut jenis *E.Cottoni* dan *Gracilarian SP*.
2. Untuk menganalisis strategi pemasaran rumput laut di Kabupaten Bantaeng.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini adalah :

1. Memberikan informasi kepada petani dan lembaga pemasaran mengenai alternatif pola pemasaran rumput laut yang efisien dan mampu mengantisipasi perubahan harga rumput laut yang terjadi di Kabupaten Bantaeng.
2. Memberikan informasi dalam menentukan kebijakan yang terkait dengan pengembangan rumput laut dan strategi pemasarannya yang efisien.
3. Dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif rujukan atau literatur untuk penelitian selanjutnya dengan fokus kajian strategi pemasaran dengan komoditas yang lain.

## **1.6 Sistematika Penulisan Penelitian**

Dalam penyusunan Tesis ini perlu adanya sistematika penulisan yang terdiri dari bagian-bagian yang saling berhubungan sehingga dapat digunakan sebagai acuan pokok untuk penyusunan Tesis ini antara lain :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, research gap, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab tinjauan pustaka ini meliputi landasan teori yang berisi tentang teori yang dijadikan landasan dalam penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan definisi operasional.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab metodologi meliputi: rancangan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, instrumen pengumpulan data, metode analisis data dan definisi operasional.

#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil dan pembahasan dari penelitian mengenai analisis rantai pasok dan pola kemitraan kakao sertifikasi di Kabupaten Kolaka Timur Provinsi Sulawesi Tenggara.

#### BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran, kesimpulan dapat dikemukakan masalah yang ada pada penelitian serta hasil dari penyelesaian penelitian. Sedangkan saran menjantumkan jalan keluar untuk mengatasi masalah dan kelemahan dari sistem yang sebelumnya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Agribisnis rumput laut**

Agribisnis merupakan keterkaitan antara subsistem agribisnis yaitu vertikal dan horizontal serta subsistem lainnya seperti jasa - jasa yaitu finansial dan perbankan, transportasi, perdagangan dan pendidikan. Agribisnis adalah cara baru untuk melihat pertanian sebagai suatu sistem bisnis yang terdiri dari subsistem agribisnis hulu, subsistem agribisnis usahatani, subsistem agribisnis hilir dan subsistem jasa penunjang (Saragih, 2010).

Agribisnis adalah semua kegiatan ekonomi yang dimulai dengan seluruh sektor bahan masukan, usahatani (produksi), produk yang memasok bahan masukan usahatani, pengolahan, penjualan dari produsen ke konsumen. Berikut adalah gambar subsistem agribisnis (Maulida, 2012).

Agribisnis terbagi menjadi beberapa subsistem yaitu

:

1. Subsistem agribisnis Pengadaan dan Penyaluran Saprodi (Benih, Pupuk, Mesin pertanian, Pestisida, Alat pertanian)
2. Subsistem Budidaya (Usahatani, Perkebunan rakyat, Perkebunan milik swasta, PTP)
3. Subsistem Pemasaran (Tengkulak, Pedagang besar, Pedagang pengecer)
4. Subsistem Jasa Penunjang: (Bank, Asuransi, Lembaga Penelitian, Lembaga Penyuluhan, Balai Penelitian)
5. Subsistem Pengolahan Hasil (Penggilingan padi, Industri tepung, Industri minyak goreng dll hulu)
6. Subsistem budidaya atau usahatani
7. Subsistem agribisnis hilir meliputi pengolahan dan pemasaran
8. Subsistem jasa layanan pendukung

Rumput laut merupakan salah satu komoditi ekspor yang potensial untuk dikembangkan. Saat ini Indonesia masih merupakan salah satu negara eksportir penting di Asia karena rumput laut tumbuh dan tersebar hampir di seluruh perairan Indonesia. Rumput laut masih banyak diekspor dalam bentuk bahan mentah yaitu berupa rumput laut kering. Menurut Departemen Kelautan dan Perikanan (2010) sebanyak 70% produksi bahan mentah rumput laut kering di ekspor ke China, Uni Eropa, dan Filipina. Pasar dalam negeri masih menyerap 30% bahan mentah rumput laut kering

Rumput laut yang hidup sangat beragam sekitar 900 jenis. Untuk lebih rinci, jenis rumput laut tersebut yaitu 100 algae hijau, 200 algae coklat dan 600 algae merah. Dari beberapa jenis rumput laut tersebut yang banyak dibudidayakan di Kabupaten Lembata adalah jenis rumput laut *Eucheuma* yang tersebar di beberapa wilayahpesisir Pulau Lembata.

Keberhasilan budi daya rumput laut dapat dipengaruhi oleh sektor pemasaran rumput laut. Sektor ini merupakan salah satu faktor yang dapat mengindikasikan keberlanjutan kegiatan budi daya rumput laut (Marzuki, 2014; Soejarwo, 2016). Pemasaran rumput laut mencakup faktor status permodalan dan faktor serapan pasar rumput laut. Sektor permodalan merupakan bagian penting dalam usaha kegiatan budi daya rumput laut. Keberlanjutan usaha budi daya rumput laut dapat dipengaruhi oleh sektor ini. Permodalan rumput laut di beberapa daerah masih tergantung kepada pengepul atau tengkulak. Namun demikian, Setyaningsih *et al.* (2012) menyebutkan bahwa, modal usaha budi daya rumput laut dapat berasal dari pinjaman bank, koperasi, modal pribadi serta subsidi dari pemerintah.

## **2.2 Pemasaran**

Pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Definisi dari pemasaran yang menurut Kotler dan Keller (2016:27)

adalah “marketing is meeting needs profitability”, maksud ungkapan tersebut adalah pemasaran merupakan hal yang dilakukan untuk memenuhi setiap kebutuhan (kebutuhan konsumen) dengan cara-cara yang menguntungkan semua pihak.

Menurut Firdaus dalam bukunya pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang harus dilakukan oleh para pengusaha termasuk pengusaha tani (agribisnis) dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya (survival), untuk mendapatkan laba, dan untuk berkembang. Berhasil tidaknya usaha tersebut sangat tergantung pada keahlian dibidang pemasaran, produksi, keuangan, dan sumberdaya manusia.

## **2.3 Lembaga Pemasaran dan Saluran Pemasaran**

### **2.3.1 Lembaga Pemasaran**

Lembaga pemasaran adalah badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi pemasaran dengan tujuan untuk menggerakkan barang dari produsen ke konsumen. Yang termasuk dalam lembaga pemasaran

adalah golongan produsen sebagai penghasil produk, pedagang perantara dan lembaga pemberi jasa.

Kelembagaan pemasaran dan sistem agribisnis menempati posisi yang sangat penting, karena melalui kelembagaan ini arus komoditi atau barang dari produsen disampaikan kepada konsumen. Kelembagaan pemasaran meliputi kelembagaan yang terkait dalam sistem tataniaga hasil pertanian sejak lepas dari produsen sampai konsumen. Kelembagaan tersebut dapat berupa : pedagang pengumpul, pedagang antar daerah, dan pedagang pengecer. Lembaga pemasaran timbul karena adanya keinginan konsumen untuk mendapatkan produk tepat waktu, tepat tempat, tepat bentuk dan sesuai keinginan. Menurut Soekartawi (2002), peranan lembaga pemasaran sangat tergantung dari sistem pasar yang berlaku dan karakteristik aliran barang yang dipasarkan.

### **2.3.2 Saluran Pemasaran**

Saluran pemasaran merupakan sebuah fungsi dari suatu proses untuk menciptakan nilai, berkomunikasi, serta

mengelola ikatan yang terjalin dengan upaya yang dapat memberikan keuntungan bagi organisasi atau keseluruhan lembaga yang terlibat (Kotler dan Keller, 2014). Saluran pemasaran merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat harga yang diterima oleh petani rumput laut. Semakin panjang saluran pemasaran yang digunakan semakin tinggi biaya yang dikeluarkan serta sedikit keuntungan yang diterima oleh petani rumput laut (Puspita dan Wardhani, 2013).

## **2.4 Margin, Biaya, Pendapatan**

### **2.4.1 Margin Pemasaran**

Margin pemasaran adalah selisih antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima oleh produsen untuk setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam pola saluran pemasaran tersebut. Salah satu indikator yang digunakan untuk melihat apakah pemasaran tersebut efisien atau tidak yaitu dengan menggunakan analisis margin pemasaran. Semakin besar nilai efisiensi

pemasaran maka pemasaran tersebut semakin tidak efisien begitupun sebaliknya (Apliani,2020)

Secara matematis formula umum margin pemasaran dirumuskan sebagai berikut.

Keterangan:  $M_p = P_r - P_f$

$M_p$  = Margin pemasaran

$P_r$  = Harga di tingkat konsumen

$P_f$  = Harga di tingkat produsen

Suatu sistem distribusi dikatakan efisien jika besarnya tingkat margin pemasaran bernilai kurang dari 50% dari tingkat harga yang dibayarkan konsumen.

#### **2.4.2 Biaya**

Biaya adalah pengeluaran dalam proses produksi yang tidak dapat dihindarkan. Biaya mempunyai peran yang penting dalam pengambilan keputusan setiap usaha. Besarnya biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi sesuatu sangat menentukan besar harga dan produk yang dihasilkan.

Biaya produksi yaitu semua biaya yang dikeluarkan dalam proses budidaya rumput laut dalam satu kali produksi. Komponen biaya terbagi antar biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap dalam penelitian ini yang dihitung adalah biaya penyusutan peralatan yang digunakan dalam proses dalam budidaya rumput laut, lahan, perahu, mesin, tali. Dan pelampubg Sedangkan komponen biaya variabel adalah biaya bahan baku, biaya bahan

Biaya produksi itu sendiri mencakup semua biaya yang berkaitan dengan perolehan atau pembuatan suatu produk. Secara matematis total biaya dapat dituliskan sebagai berikut:

$$TC = VC + FC$$

Keterangan:

TC = Biaya Total (Total Cost). (Rp/Bln)

VC = Biaya Variabel (Variable Cost). (Rp/Bln)

FC = Biaya Tetap (Fixed Cost). (Rp/Bln)

### **2.4.3 Pendapatan**

Pendapatan usahatani adalah selisih antara penerimaan dan semua biaya produksi selama melakukan

produksi, sedangkan penerimaan usahatani merupakan perkalian antara produksi yang diperoleh dengan harga jual, dan biaya usahatani adalah semua pengeluaran yang dipergunakan dalam suatu usahatani. (Maria 2017).

Dalam pendapatan usahatani ada dua unsur yang digunakan yaitu unsur permintaan dan pengeluaran dari usahatani tersebut. Penerimaan adalah hasil perkalian jumlah produk total dengan satuan harga jual, sedangkan pengeluaran atau biaya sebagai nilai penggunaan sarana produksi dan lain-lain yang dikeluarkan pada proses produksi tersebut. Produksi berkaitan dengan penerimaan dan biaya produksi, penerimaan tersebut diterima petani karena masih harus dikurangi dengan biaya produksi yaitu keseluruhan biaya yang dipakai dalam proses produksi tersebut (Suratiyah, 2015).

Pendapatan bersih petani diperoleh dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Pendapatan} = \text{TR} - \text{TC}$$

Keterangan :

I = Pendapatan  
 TR = Total Penerimaan (Rp)  
 TC = Total Biaya (Rp)

## 2.5 Farmer Share

Salah satu indikator untuk melihat efisiensi pemasaran yaitu dapat dilihat dengan membandingkan bagian yang diterima petani (farmer's share) terhadap harga yang dibayarkan konsumen akhir. Farmer's share mempunyai hubungan negatif dengan margin pemasaran artinya semakin tinggi margin pemasaran, maka bagian yang diterima oleh petani semakin rendah yang secara matematis farmer's share dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Fs = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan :

Fs = Persentase yang diterima petani,  
 Pf = Harga di tingkat petani  
 Pr = Harga di tingkat konsumen

## 2.6 Efisiensi Pemasaran

Salah satu aspek yang mempengaruhi tingkat pendapatan lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat

dalam saluran pemasaran mulai dari petani rumput laut, pedagang pengumpul, dan pedagang besar adalah aspek pemasaran. Semakin efisien pemasaran yang digunakan maka keuntungan yang diperoleh oleh lembaga pemasaran akan semakin meningkat.

Suatu pemasaran dikatakan efisien jika nilai efisiensi pemasaran lebih besar dari biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran yang terlibat di dalamnya. Untuk mengetahui apakah saluran pemasaran tersebut efisien perlu dilakukan perhitungan nilai efisiensi pemasaran.

Perhitungan nilai efisiensi pemasaran berdasarkan dua indikator yaitu: Jika efisiensi pemasaran  $\leq 50\%$  maka saluran pemasaran rumput laut di Desa Wulla adalah efisien namun jika nilai efisiensi pemasaran  $\geq 50\%$  artinya saluran pemasaran rumput laut (*Eucheuma cottonii*). (Apliani, 2020)

## **2.7 Penelitian Terdahulu**

Penyusunan penelitian ini didukung dengan studi literatur berkaitan diantaranya merupakan hasil studi penelitian dari jurnal dan dari penelitian terdahulu.

### **2.7.1 Arida Ernawati (2020)**

Penelitian berjudul Analisis pendapatan usahatani rumput laut (*eucheuma cottoni*) pada petani penggarap di kelurahan pantai amal kecamatan tarakan timur kota tarakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui produksi dan pendapatan usahatani rumput laut (*Eucheuma cottoni*) pada petani penggarap di Kelurahan Pantai Amal Kecamatan Tarakan Timur Kota Tarakan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil rata-rata produksi setiap petani sebanyak 166 kg per musim tebar dan rata-rata produksi setiap bentangan sebanyak 8 kg per musim tebar dengan rata-rata 653 tali bentangan setiap petani sehingga didapatkan rata-rata produksi usahatani sebanyak 5.315 kg per musim tebar. Dari hasil produksi dapat dihitung rata-rata pendapatan usahatani sebesar Rp

22.306.919,00 per musim tebar dan rata-rata pendapatan setiap petani sebesar Rp 11.153.460,00 per musim tebar.

### **2.7.2 Eva septia dan samsul anam , Blitar (2020)**

Penelitian ini berjudul Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan pada UD Sumber Abadi Kademangan Kabupaten Blitar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran UD Sumber Abadi Kademangan Blitar guna meningkatkan pendapatan. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif.

Hasil analisis IFAS diperoleh hasil perhitungan bahwa  $S > W$  menunjukkan bahwa kekuatan perusahaan lebih besar dari pada kelemahan perusahaan. Hasil analisis EFAS diperoleh hasil perhitungan bahwa untuk  $O < T$  menunjukkan bahwa ancaman lebih besar daripada kesempatan. Hasil analisis strategis diperoleh hasil  $S$  mempunyai kekuatan dan  $T$  ancaman sehingga strategi  $S$  dan  $T$  terletak pada kuadran II, strategi ini dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk

menghadapi ancaman yang ada yaitu dengan menggunakan strategi Diversifikasi Strategi.

### **2.7.3 Afandi Rafsanjani, M.Sunarsih , Titin Agustina. Situbondo (2014)**

Efisiensi Pemasaran Dan Pendapatan Usahatani Rumput Laut (*Eucheuma Cottoni Sp.*) Di Kabupaten Situbondo. Hasil penelitian menunjukkan : (1) Pendapatan usahatani rumput laut (*Eucheuma cottonii sp.*) di Kabupaten Situbondo menguntungkan. (2) Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pendapatan usahatani rumput laut (*Eucheuma cottonii sp.*) antara lain biaya tenaga kerja, biaya ancak, biaya bibit, produksi rumput laut dan luas ancak. (3) Pemasaran rumput laut (*Eucheuma cottonii sp.*) di Kabupaten Situbondo terdapat dua saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran tingkat satu (petani-pedagang pengepul-pabrik) dan saluran pemasaran tingkat dua (petani-tengkulak-pedagang pengepul-pabrik). (4) Nilai efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar 19,50% dan saluran pemasaran II sebesar 23,21%. Saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran.

#### **2.7.4 Resiton Jamal, Arifin Utha dan H. Makmur Kambolong, Kendari ( 2016 )**

Analisis Saluran Distribusi Pemasaran Rumput Laut Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Pada Cv. Sinar Laut Kelurahan Lapulu Kecamatan Abeli Kota Kendari. Adapun Tujuan dalam penelitian adalah untuk mengetahui saluran distribusi pemasaran dapat meningkatkan hasil penjualan rumput laut Pada CV. Sinar laut Kelurahan Lapulu Kecamatan Abeli Kota Kendari.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa saluran distribusi yang di gunakan oleh CV. Sinar Laut dalam memasarkan rumput laut adalah saluran distribusi tidak langsung baik saluran distribusi dari CV. Sinar laut ke kota Makassar dan saluran distribusi dari CV. Sinar Lau ke Surabaya, dan ditinjau dari biaya pemasaran, maka saluran distribusi pemasaran yang lebih efisiensi bagi CV. Sinar Laut adalah saluran distribusi CV Sinar Laut ke perusahaan yang ada di Kota Makassar yaitu Cottoniindo Sejahterah dengan nilai efisiensi pemasaran sebesar 6,0% sedangkan nilai

efisiensi pemasaran untuk saluran distribusi dari CV Sinar Laur ke perusahaan yang ada di Kota Surabaya yaitu CV. Mesta Alam adalah sebesar 5,2%. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh CV sinar laut dapat selama lima tahun terakhir terus meningkatkan volume penjualan sebesar 3.345 ton dengan laba perusahaan sebesar Rp. 8.460.785.000.

#### **2.7.5 Permana Ari Soejarwo dan Risna Yusuf. NTT (2018)**

Saluran Pemasaran Rumput Laut (*Eucheuma Cottonii*) Di Sumba Timur, Nusa Tenggara Timur. Adapun Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran rumput laut jenis *eucheuma cottonii* di Sumba Timur Provinsi Nusa Tenggara Timur.

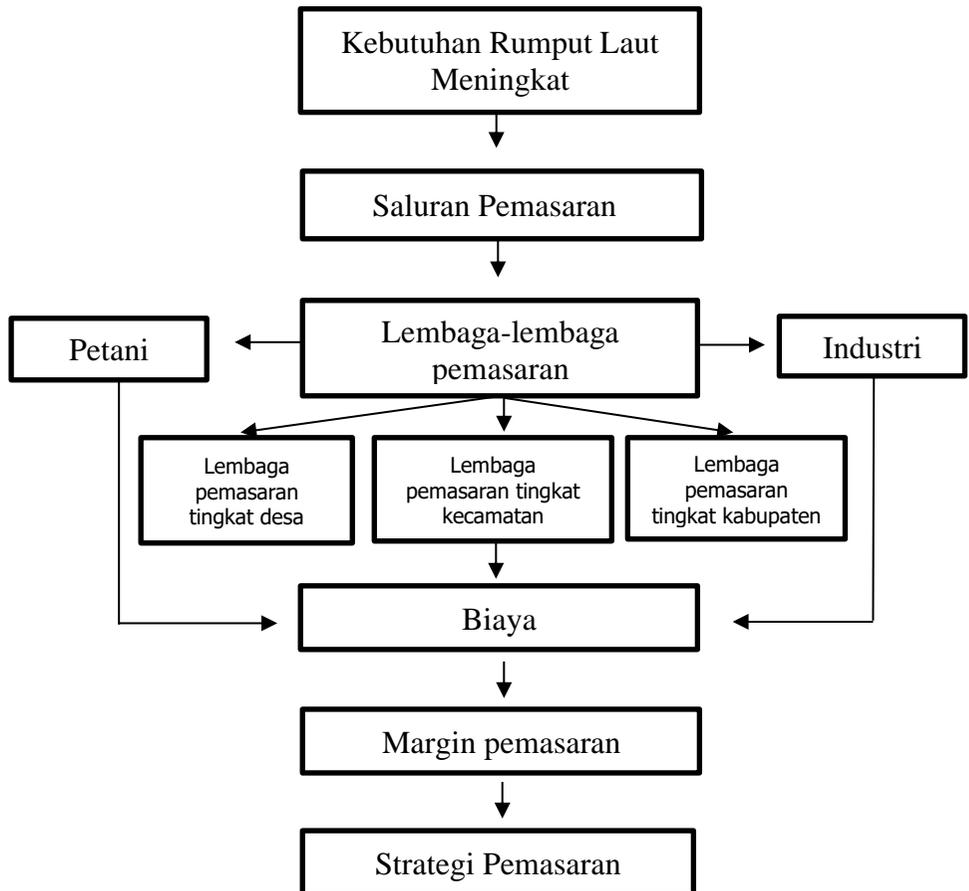
Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran rumput laut di Sumba Timur ditentukan oleh sumber permodalan yang berasal dari modal pribadi dan koperasi sehingga pemasaran tidak dipengaruhi oleh pedagang atau tengkulak. Kemudian dari sisi serapan dan

pemasaran rumput laut dapat ditentukan oleh jenis produksi rumput laut yang terdiri dari bahan baku dan chips rumput laut. Bahan baku akan diserap oleh pedagang rumput laut lokal, pedagang rumput laut luar daerah Sumba Timur dan PT ASTIL. PT ASTIL akan mengolah rumput laut menjadi chips yang kemudian diserap oleh pembeli yang ada di Maassar, Surabaya dan Jakarta

## **2.8 Kerangka konseptual**

Permintaan rumput laut untuk memenuhi kebutuhan terus meningkat di kabupaten bantaeng sehingga akan berpengaruh pada perkembangan harga rumput laut di setiap lembaga pemasaran. Adanya tingkat ketersediaan rumput laut dan sistem pendistribusian rumput laut di pasar dapat mengakibatkan adanya perbedaan harga dan jumlah pasokan rumput laut di pasar. Perbedaan harga yang terjadi, akan berpengaruh pada keputusan dan kemampuan dari lembaga pemasaran rumput laut yang terlibat dalam merespon adanya perubahan harga.

Penggunaan saluran pemasaran yang tepat sangat berpengaruh dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan. salah satu cara dalam menilai strategi pemasaran dapat dilihat dari proses distribusi yang dilakukan oleh masing-masing lembaga atau perantara pemasaran pada masing-masing saluran pemasaran yang ada. Banyaknya saluran pemasaran sehingga menghasilkan bervariasinya nilai margin pemasaran yang di dapatkan. Margin pemasaran merupakan nilai selisih harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh petani. Dari penjabaran diatas perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mendapatkan gambaran kondisi pemasaran yang sudah ada dan kebijakan atau pengambilan keputusan yang dapat dilakukan



Gambar 2.2 Kerangka pikir

## 2.9 Definisi Operasional

1. Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurung waktu tertentu.

2. Efisiensi merupakan salah satu aspek dalam upaya meningkatkan pergerakan barang dari produsen ke konsumen.
3. Pendapatan adalah penerimaan yang berasal dari penjualan hasil produksi usaha tani setelah dikurangi biaya total yang dikeluarkan
4. Rumput laut Merupakan salah satu komoditi yang di budidayakan di kabupaten bantaeng. Ada dua jenis rumput laut yang di budidayakan di kabupaten bantaeng yaitu greselia sp dan cotoni. Yang menjadi focus pada penelitian ini adalah jenis rumput laut cottoni.
5. Saluran pemasaran (unit) adalah banyaknya (jumlah) rantai atau saluran pemasaran yang di lalui dalam penyampaian rumput laut dari petani produsen ke konsumen akhir dinyatakan dalam angka (bilangan).
6. Lembaga pemasaran adalah lembaga-lembaga yang menjalankan fungsifungsi pemasaran ketika komoditas mulai bergerak petani (produsen) ke konsumen.

7. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan dalam pergerakan barang dari tangan produsen ke tangan konsumen akhir.
8. Margin pemasaran adalah perbedaan harga/ selisih harga yang dibayar oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh petani.
9. Analisis SWOT adalah suatu alat analisis untuk menciptakan strategi-strategi terpilih.