JURNAL ILMIAH BAHARI PAPADAK
Edisi Oktober 2026, Volume 7 Nomor 2
©Program Studi Manajemen Sumberdaya Perairan, Fakultas Peternakan, Kelautan dan Perikanan, Universitas Nusa Cendana
https://ejurnal.undana.ac.id/index.php/JBP/index
E-ISSN : 2723-6536
Loro dkk., 2026 (Hal : 115-123)

EFISIENSI PEMASARAN RUMPUT LAUT (*EUCHEUMA COTTONII*) MENGGUNAKAN MARGIN PEMASARAN DI DESA LOBOHEDE, KECAMATAN SABU MESARA, KABUPATEN SABU RAIJUA

Adi Kamsi Loro[1], Alexander L. Kangkan[1], Desy A. Hidayati[1], Chaterina A. Paulus[1]
[1]Program Studi Manajemen Sumberdaya Perairan
Fakultas Peternakan Kelautan dan Perikanan
Universitas Nusa Cendana
Jl. Adisucipto Penfui 85001, Kotak Pos 1212, Tlp (030) 881589
***Email Korespondensi : kamsiloro04@gmail.com**

Abstrak: Kabupaten Sabu Raijua, khususnya Desa Lobohede, memiliki potensi dalam pengembangan budidaya rumput laut. Pemasaran menjadi salah satu faktor yang memengaruhi pendapatan pembudidaya. Penelitian ini bertujuan menganalisis margin dan efisiensi pemasaran rumput laut (*Eucheuma cottonii*) di Desa Lobohede, Kecamatan Sabu Mesara, Kabupaten Sabu Raijua. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif analitis. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, kuesioner, dan dokumentasi dengan melibatkan 15 petani rumput laut serta pelaku pemasaran. Analisis meliputi saluran pemasaran, margin, keuntungan, *Farmer's Share*, dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat satu saluran pemasaran, yaitu petani → pedagang pengumpul → distributor. Harga yang diterima petani sebesar Rp15.000/kg, sedangkan harga pada tingkat pedagang sebesar Rp16.000/kg, dengan margin pemasaran Rp1.000/kg. Nilai *Farmer's Share* mencapai 93,75%, yang menunjukkan bahwa sebagian besar nilai penjualan diterima oleh petani. Rantai pemasaran yang relatif pendek dan biaya distribusi yang rendah menyebabkan sistem pemasaran rumput laut di lokasi penelitian tergolong efisien. Namun, harga Rp15.000/kg belum dapat menjadi satu-satunya ukuran kesejahteraan petani karena pendapatan juga dipengaruhi oleh produksi, biaya budidaya, kualitas hasil, dan frekuensi panen.
Kata kunci: Rumput laut, *Eucheuma cottonii*, pemasaran, margin pemasaran, Farmer's Share, efisiensi pemasaran.

Abstract: *Sabu Raijua Regency, specifically Lobohede Village, possesses potential for the development of seaweed farming. Marketing is a key factor influencing farmers' income. This study aims to analyze the marketing margins and efficiency of seaweed (Eucheuma cottonii) in Lobohede Village, Sabu Mesara District, Sabu Raijua Regency. A quantitative approach with a descriptive-analytical method was employed. Data were collected through interviews, observations, questionnaires, and documentation, involving 15 seaweed farmers and marketing agents. The analysis covered marketing channels, margins, profits, the Farmer's Share, and marketing efficiency. The results indicate the existence of a single marketing channel: farmer → collecting trader → distributor. The price received by farmers was Rp15,000/kg, while the price at the trader level was Rp16,000/kg, resulting in a marketing margin of Rp1,000/kg. The Farmer's Share stood at 93.75%, indicating that the majority of the sales value was received by the farmers. The relatively short marketing chain and low distribution costs render the seaweed marketing system in the study area efficient. However, the price of Rp15,000/kg cannot serve as the sole indicator of farmer welfare, as income is also influenced by production volume, cultivation costs, product quality, and harvest*

Article Info :
Received : 28-07-2026
Accepted : 18-09-2026

JURNAL ILMIAH BAHARI PAPADAK
Edisi Oktober 2026, Volume 7 Nomor 2
©Program Studi Manajemen Sumberdaya Perairan, Fakultas Peternakan, Kelautan dan Perikanan, Universitas Nusa Cendana
https://ejurnal.undana.ac.id/index.php/JBP/index
E-ISSN : 2723-6536
Loro dkk., 2026 (Hal : 115-123)

frequency.
***Keywords**: seaweed, Eucheuma cottonii, marketing, marketing margin, Farmer's Share, marketing efficiency.*

PENDAHULUAN

Rumput laut merupakan salah satu komoditas perikanan yang memiliki prospek ekonomi cukup besar karena dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku dalam berbagai industri, antara lain pangan, farmasi, kosmetik, dan industri pengolahan. Pengembangan komoditas ini tidak hanya bergantung pada kemampuan meningkatkan produksi, tetapi juga pada bagaimana hasil produksi tersebut dipasarkan. Sistem pemasaran yang baik diperlukan agar produk dapat tersalurkan secara efektif dan petani memperoleh bagian harga yang layak dari hasil usahanya.

Eucheuma cottonii menjadi salah satu jenis rumput laut yang banyak dibudidayakan oleh masyarakat pesisir karena memiliki nilai ekonomis dan permintaan pasar yang relatif tinggi. Budidaya rumput laut juga menjadi salah satu pilihan mata pencaharian bagi masyarakat di wilayah pesisir karena proses produksinya dapat dilakukan dengan memanfaatkan sumber daya perairan yang tersedia. Namun, pendapatan yang diterima petani tidak hanya ditentukan oleh jumlah produksi dan harga jual, tetapi juga dipengaruhi oleh sistem pemasaran yang digunakan serta posisi petani dalam rantai distribusi.

Kabupaten Sabu Raijua merupakan salah satu wilayah di Nusa Tenggara Timur yang memiliki potensi pengembangan rumput laut. Salah satu daerah yang melakukan kegiatan budidaya tersebut adalah Desa Lobohede, Kecamatan Sabu Mesara. Dalam kegiatan pemasaran, hasil produksi rumput laut dari petani disalurkan melalui pedagang pengumpul sebelum sampai kepada distributor. Keterlibatan lembaga pemasaran tersebut memiliki fungsi dalam mengumpulkan dan menyalurkan produk, tetapi pada saat yang sama dapat menimbulkan perbedaan harga antara tingkat petani dan tingkat pelaku pemasaran berikutnya.

Perbedaan harga tersebut penting untuk dikaji melalui analisis margin pemasaran. Margin pemasaran dapat menunjukkan selisih harga yang terbentuk pada setiap tingkatan pemasaran dan memberikan gambaran mengenai nilai yang diperoleh lembaga pemasaran dalam proses penyaluran produk. Selain margin, Farmer's Share juga diperlukan untuk mengetahui proporsi harga yang diterima petani dibandingkan dengan harga pada tingkat pemasaran berikutnya. Kedua indikator tersebut dapat digunakan bersama dengan biaya dan keuntungan pemasaran untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi pemasaran rumput laut.

Permasalahan pemasaran menjadi penting karena harga yang diterima petani belum tentu mencerminkan tingkat pendapatan yang optimal. Meskipun harga jual cukup tinggi, pendapatan petani tetap dipengaruhi oleh jumlah produksi, biaya budidaya, kualitas rumput laut, serta kondisi pasar. Oleh karena itu, penilaian terhadap efisiensi pemasaran tidak cukup hanya melihat besarnya harga jual, tetapi perlu mempertimbangkan panjang saluran pemasaran, margin, bagian harga yang diterima petani, serta biaya yang timbul selama proses distribusi.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis margin dan efisiensi pemasaran rumput laut (*Eucheuma cottonii*) di Desa Lobohede, Kecamatan Sabu Mesara, Kabupaten Sabu Raijua. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai saluran pemasaran yang berlangsung, besarnya margin yang terbentuk, bagian harga yang diterima petani, serta tingkat efisiensi pemasaran. Hasil penelitian juga diharapkan dapat menjadi bahan informasi bagi petani dan

Article Info :
Received : 28-07-2026
Accepted : 18-09-2026

JURNAL ILMIAH BAHARI PAPADAK
Edisi Oktober 2026, Volume 7 Nomor 2
©Program Studi Manajemen Sumberdaya Perairan, Fakultas Peternakan, Kelautan dan Perikanan, Universitas Nusa Cendana
https://ejurnal.undana.ac.id/index.php/JBP/index
E-ISSN : 2723-6536
Loro dkk., 2026 (Hal : 115-123)

pihak terkait dalam upaya memperbaiki sistem pemasaran sehingga nilai ekonomi yang diperoleh petani dapat ditingkatkan.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama kurun waktu 1 bulan yaitu bulan Maret–April 2026 bertempat di Desa Lobohede, Kecamatan Sabu Mesara, Kabupaten Sabu Raijua. Lokasi penelitian disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Peta Lokasi Penelitian

Alat dan Bahan

Dalam penelitian ini digunakan beberapa alat dan bahan untuk mendukung proses pengumpulan dan pengolahan data penelitian. Adapun alat dan bahan yang digunakan dapat dilihat pad Tabel 1.

Tabel 1. Alat dan Bahan

No	Alat dan Bahan	Kegunaan Alat dan Bahan
1.	Alat Tulis menulis	Mencatat data mentah selama penelitian
2.	Kamera digital	Mendokumentasikan kegiatan penelitian
3.	GPS maps kamera	Menentukan titik lokasi penelitian
4.	Laptop	Mengolah data penelitian
5.	Kuesioner	Sebagai pedoman pertanyaan dalam melakukan wawancara
6.	Petani Rumput Laut di Desa Lobohede Kecamatan Sabu Mesara	Sebagai responden penelitian

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi pemasaran rumput laut (*Eucheuma*

Article Info :
Received : 28-07-2026
Accepted : 18-09-2026

cottonii) di lokasi penelitian. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengolah data yang diperoleh dari responden dalam bentuk angka, khususnya data mengenai harga, biaya, dan kegiatan pemasaran pada setiap lembaga yang terlibat. Sementara itu, metode deskriptif digunakan untuk menguraikan secara sistematis proses penyaluran rumput laut dari petani hingga ke pelaku pemasaran berikutnya. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis untuk mengetahui pola saluran pemasaran, besarnya margin pemasaran, bagian harga yang diterima petani (*Farmer's Share*), serta tingkat efisiensi pemasaran yang berlangsung di Desa Lobohede.

Populasi dan Sampel

Penelitian ini melibatkan petani yang masih aktif menjalankan usaha budidaya sekaligus menjual hasil rumput laut di Desa Lobohede. Selain petani, pihak lain yang menjadi sumber informasi dalam penelitian adalah pelaku yang terlibat dalam proses pemasaran dan penyaluran hasil produksi. Pemilihan responden petani dilakukan secara purposive sampling, yaitu berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Responden yang dipilih merupakan petani yang pada saat penelitian masih melakukan kegiatan budidaya serta memiliki pengalaman dalam menjual hasil panennya. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh sebanyak 15 orang petani sebagai responden penelitian. Informasi mengenai alur pemasaran, proses transaksi, dan pembentukan harga juga diperoleh melalui pedagang pengumpul serta pelaku pemasaran lainnya yang berhubungan langsung dengan penyaluran rumput laut dari petani.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik sebagai berikut:

1. Wawancara terstruktur, menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner) kepada petani dan pedagang.
2. Observasi langsung, untuk mengetahui proses pemasaran dan aktivitas transaksi.
3. Studi dokumentasi, untuk memperoleh data pendukung dari instansi terkait.

Teknik Penentuan Sampel

1. Petani rumput laut ditentukan menggunakan simple random sampling.
2. Lembaga pemasaran (pedagang pengumpul dan pedagang perantara) ditentukan secara purposive sampling, yaitu pelaku yang aktif dan berperan langsung dalam pemasaran rumput laut.

Teknik Analisis Data

Data penelitian dianalisis secara deskriptif kuantitatif dengan terlebih dahulu melihat saluran pemasaran rumput laut dari petani hingga pelaku pemasaran berikutnya. Selanjutnya dilakukan perhitungan margin, keuntungan, Farmer's Share, dan efisiensi pemasaran untuk mengetahui kondisi pemasaran rumput laut di lokasi penelitian.

Margin pemasaran dihitung dari selisih harga pada tingkat pedagang atau distributor dengan harga yang diterima petani, menggunakan rumus:

$$\mathbf{M = Pr - Pf}$$

Keterangan:

M : Margin pemasaran (Rp/kg)
Pr : Harga rumput laut pada tingkat pedagang/distributor (Rp/kg)
Pf : Harga yang diterima petani (Rp/kg)

Keuntungan pemasaran diperoleh dari selisih antara margin pemasaran dan biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran. Selanjutnya, *Farmer's Share* digunakan untuk mengetahui bagian harga yang diterima petani dibandingkan dengan harga pada tingkat pemasaran akhir, dengan

Article Info :
Received : 28-07-2026
Accepted : 18-09-2026

rumus:

FS = (Pf/Pr) × 100%

Keterangan:

FS : *Farmer's Share* (%)

Pf : Harga yang diterima petani (Rp/kg)

Pr : Harga pada tingkat pedagang/distributor (Rp/kg)

Efisiensi pemasaran dihitung dengan membandingkan biaya pemasaran dengan harga produk pada tingkat akhir menggunakan rumus:

EPS = (BP/HE) × 100%

Keterangan:

EP : Efisiensi pemasaran (%)

BP : Total biaya pemasaran (Rp/kg)

HE : Harga pada tingkat akhir (Rp/kg)

Hasil perhitungan tersebut digunakan untuk menggambarkan kondisi pemasaran berdasarkan saluran, margin, keuntungan, *Farmer's Share*, dan efisiensi pemasaran. Semakin kecil biaya pemasaran dan semakin besar bagian harga yang diterima petani, maka pemasaran dinilai semakin baik bagi produsen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Desa Lobohede merupakan salah satu desa di Kecamatan Sabu Mesara, Kabupaten Sabu Raijua, Provinsi Nusa Tenggara Timur, yang berada di wilayah Pulau Sabu Besar. Desa ini memiliki luas wilayah sekitar 4,83 km², dengan jarak kurang lebih 7,2 km dari pusat kecamatan dan 29 km dari ibu kota kabupaten. Berdasarkan data tahun 2023, jumlah penduduk Desa Lobohede mencapai 2.465 jiwa, yang terdiri atas 1.226 laki-laki dan 1.239 perempuan (Soruh, 2023).

Jenis *Eucheuma cottonii* menjadi salah satu komoditas yang banyak diusahakan di Desa Lobohede karena memiliki nilai ekonomi dan sesuai dengan kondisi perairan setempat. Hasil produksinya dipasarkan tidak hanya untuk kebutuhan lokal, tetapi juga ke luar daerah sehingga turut mendukung aktivitas ekonomi masyarakat. Namun, kegiatan budidaya masih menghadapi beberapa kendala, seperti perubahan cuaca, angin kencang, gelombang tinggi, hama dan penyakit, serta perubahan harga di pasar. Keterbatasan sarana produksi dan akses pemasaran juga dapat memengaruhi hasil serta pendapatan petani. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan usaha rumput laut di Desa Lobohede perlu didukung melalui peningkatan produksi, fasilitas budidaya, dan sistem pemasaran yang lebih baik (Wahyuni et al., 2023).

Saluran Pemasaran Rumput laut

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran rumput laut di Desa Lobohede hanya melalui satu saluran, yaitu petani → pedagang pengumpul → distributor. Petani menjual hasil panen kepada pengumpul untuk dikumpulkan dan disortir sebelum diteruskan kepada distributor, yang selanjutnya menyalurkan produk ke pasar atau industri pengolahan. Saluran yang sederhana ini memudahkan petani dalam memasarkan hasil produksi dan menjadi dasar dalam menganalisis margin serta efisiensi pemasaran (Hakim et al., 2024).

Berdasarkan hasil penelitian, pemasaran rumput laut di Desa Lobohede berlangsung melalui satu saluran, yaitu petani → pedagang pengumpul → distributor. Petani menjual hasil panen kepada

Article Info :
Received : 28-07-2026
Accepted : 18-09-2026

pedagang pengumpul yang kemudian melakukan pengumpulan, penyortiran, dan penyaluran produk kepada distributor. Selanjutnya, distributor memasarkan rumput laut ke industri pengolahan atau pasar yang lebih luas. Pola tersebut menunjukkan bahwa pedagang pengumpul memiliki fungsi sebagai perantara utama yang menghubungkan petani dengan distributor dalam proses pemasaran.

Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih harga antara produsen dan tingkat pemasaran berikutnya yang mencakup biaya serta keuntungan lembaga pemasaran. Besarnya margin dipengaruhi oleh jumlah perantara dan panjang saluran distribusi, sehingga semakin banyak lembaga yang terlibat, margin cenderung semakin besar. Margin total merupakan akumulasi margin pada setiap tingkat pemasaran dan dapat berbeda sesuai saluran yang digunakan (Saadah et al., 2021). Hasil perhitungan margin pemasaran rumput laut di Desa Lobohede, Kecamatan Sabu Mesara, Kabupaten Sabu Raijua disajikan pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Margin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran Rumput Laut di Desa Lobohede

No	Uraian	Nilai Rp/Kg
1	Harga petani	15.000
2	Harga Pedagang	16.000
3	Margin Pemasaran	1.000

Berdasarkan Tabel 3, harga rumput laut di tingkat petani sebesar Rp15.000/kg dan pada pedagang Rp16.000/kg, sehingga margin pemasaran mencapai Rp1.000/kg. Menurut Yusuf (2022), margin dipengaruhi oleh biaya, keuntungan, serta jumlah lembaga pemasaran. Saluran yang lebih pendek dengan sedikit perantara cenderung menghasilkan margin lebih kecil dan pemasaran yang lebih efisien.

Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran menunjukkan manfaat ekonomi yang diperoleh pedagang dari kegiatan penyaluran rumput laut. Petani menjual rumput laut sebesar Rp15.000/kg dan harga pada tingkat pedagang mencapai Rp16.000/kg, sehingga margin yang terbentuk sebesar Rp1.000/kg. Biaya tunai relatif kecil karena distribusi dilakukan secara mandiri, meskipun terdapat biaya tidak langsung berupa tenaga, waktu, dan penggunaan sarana pribadi. Menurut Sudiyono (2004), keuntungan pemasaran diperoleh dari margin setelah dikurangi biaya pemasaran. Kondisi ini menunjukkan pemasaran cukup efisien, didukung oleh *Farmer's Share* yang tinggi dan margin yang relatif rendah, sebagaimana juga ditemukan Nurlisyana et al. (2022).

Farmer's Share

Farmer's Share merupakan persentase harga yang menjadi bagian petani dibandingkan dengan harga pada tingkat pemasaran akhir. Indikator ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar nilai jual rumput laut yang diterima petani sebagai produsen. Nilai Farmer's Share juga dapat memberikan gambaran mengenai pembagian harga antara petani dan lembaga pemasaran yang terlibat (Megawati et al., 2022).

Semakin tinggi nilai Farmer's Share, semakin besar bagian harga yang diterima petani. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa selisih harga dalam saluran pemasaran relatif kecil dan posisi petani dalam pembagian nilai produk lebih baik. Sebaliknya, nilai Farmer's Share yang rendah menunjukkan bahwa bagian harga yang diterima petani lebih kecil, yang dapat berkaitan dengan panjangnya saluran

Article Info :
Received : 28-07-2026
Accepted : 18-09-2026

JURNAL ILMIAH BAHARI PAPADAK
Edisi Oktober 2026, Volume 7 Nomor 2
©Program Studi Manajemen Sumberdaya Perairan, Fakultas Peternakan, Kelautan dan Perikanan, Universitas Nusa Cendana
https://ejurnal.undana.ac.id/index.php/JBP/index
E-ISSN : 2723-6536
Loro dkk., 2026 (Hal : 115-123)

distribusi, biaya pemasaran, dan margin yang diterima lembaga perantara (Chatra & Rosi, 2024).

Pada saluran petani → pedagang pengumpul → distributor, Farmer's Share digunakan untuk melihat persentase harga yang diterima petani dibandingkan dengan harga yang dibayarkan distributor. Dengan demikian, semakin besar nilai Farmer's Share, semakin besar pula bagian harga yang dinikmati petani dari hasil penjualan rumput laut. Hasil perhitungan *Farmer's Share* pada pemasaran rumput laut di Desa Lobohede disajikan pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Farmer's Share

No	Uraian	Nilai Rp/Kg
1	Harga Petani	15.000
2	Harga Pedagang	16.000
3	Margin Pemasaran	93,73%

Berdasarkan Tabel 3, harga rumput laut yang diterima petani sebesar Rp15.000/kg, sedangkan pada tingkat pedagang mencapai Rp16.000/kg. Perbedaan harga tersebut menghasilkan margin sebesar Rp1.000/kg. Sementara itu, nilai Farmer's Share sebesar 93,75% menunjukkan bahwa sebagian besar harga produk masih menjadi bagian yang diterima petani. Kondisi ini menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang digunakan relatif efisien karena bagian harga yang diterima produsen cukup tinggi. Hasil tersebut sejalan dengan Govinda et al. (2023), yang menunjukkan bahwa nilai Farmer's Share yang tinggi mencerminkan posisi petani yang lebih baik dalam pembagian harga pada rantai pemasaran. Dengan demikian, tingginya Farmer's Share dapat memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar bagi petani dan mendukung keberlanjutan usaha budidaya rumput laut.

Efisiensi Pemasaran Rumput Laut

Pemasaran rumput laut di Desa Lobohede tergolong relatif efisien karena menggunakan saluran yang pendek, yaitu petani → pedagang pengumpul → distributor. Harga di tingkat petani sebesar Rp15.000/kg dan di tingkat pedagang Rp16.000/kg, sehingga margin pemasaran sebesar Rp1.000/kg. Biaya pemasaran yang relatif rendah dan sedikitnya lembaga perantara membuat proses distribusi lebih sederhana serta bagian harga yang diterima petani tetap tinggi. Kondisi ini sejalan dengan Govinda et al. (2023) yang menunjukkan bahwa saluran pemasaran yang pendek dapat mendukung efisiensi pemasaran rumput laut.

Namun, harga Rp15.000/kg belum dapat menjadi ukuran tunggal kesejahteraan petani karena pendapatan juga dipengaruhi oleh jumlah produksi, biaya budidaya, kualitas rumput laut, dan frekuensi panen. Oleh karena itu, peningkatan produktivitas, kestabilan harga, dan pengendalian biaya tetap diperlukan agar pendapatan petani menjadi lebih optimal.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pemasaran rumput laut di Desa Lobohede, dapat disimpulkan bahwa:

1. Sistem pemasaran rumput laut yang berlangsung tergolong sederhana dengan saluran pemasaran yang pendek, yaitu dari petani langsung ke pedagang. Kondisi ini mempermudah distribusi produk dan mengurangi keterlibatan banyak lembaga pemasaran.
2. Margin pemasaran yang terbentuk dari selisih harga antara tingkat petani dan pedagang sebesar

Article Info :
Received : 28-07-2026
Accepted : 18-09-2026

Rp1.000/kg, yaitu dari harga Rp15.000/kg di tingkat petani menjadi Rp16.000/kg di tingkat pedagang.

3. Keuntungan pemasaran yang diperoleh pedagang sebesar Rp1.000/kg. Hal ini dikarenakan tidak adanya biaya pemasaran secara langsung, sehingga seluruh margin yang terbentuk menjadi keuntungan bagi pedagang. Meskipun demikian, secara ekonomi tetap terdapat biaya implisit berupa tenaga dan waktu yang tidak diperhitungkan secara nominal.
4. Efisiensi pemasaran tergolong baik, ditunjukkan dengan margin yang relatif kecil, saluran pemasaran yang pendek, serta keuntungan yang masih diperoleh pedagang tanpa mengurangi secara signifikan harga yang diterima petani.

Dengan demikian, sistem pemasaran rumput laut di lokasi penelitian dapat dikatakan cukup efisien dan memberikan manfaat ekonomi yang seimbang bagi petani sebagai produsen maupun pedagang sebagai pelaku pemasaran.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi petani rumput laut di Desa Lobohede, diharapkan tetap mempertahankan saluran pemasaran yang pendek agar bagian harga yang diterima petani tetap tinggi serta pendapatan dapat meningkat.
2. Petani perlu meningkatkan kualitas hasil produksi rumput laut melalui proses pengeringan, kebersihan, dan penanganan pascapanen agar memiliki nilai jual yang lebih baik di pasar.
3. Pemerintah daerah diharapkan memberikan dukungan berupa penyediaan sarana transportasi, informasi harga pasar, serta pelatihan pemasaran agar petani memiliki posisi tawar yang lebih kuat dan menjaga ekosistem perairan agar produktivitas rumput laut meningkat.
4. Perlu dibentuk kelompok tani atau koperasi pemasaran rumput laut agar petani dapat menjual hasil produksi secara bersama-sama, sehingga harga jual lebih stabil dan keuntungan yang diterima petani lebih besar.
5. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian lanjutan mengenai efisiensi pemasaran rumput laut dengan jumlah responden yang lebih banyak serta menambahkan variabel lain seperti biaya produksi, keuntungan usaha, dan strategi pengembangan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

Chatra, A., & Rosi, A. (2024). Marketing Channel Analysis, Marketing Margins, and Farmer's Share Cinnamon Commodity in Sungai Penuh City, Jambi Province, Indonesia. *Agro Bali : Agricultural Journal*, *6*(3), 595–607.

Govinda, B., Lamusa, A., & Alamsyar, A. (2023). Analisis pemasaran rumput laut di desa bahonsuai kecamatan bumi raya kabupaten morowali. Agrotekbis, 11(4), 878–885.

Hakim, R., Kantun, W., & Nurbaya, N. (2024). Supply Chain and Marketing Analysis of Seaweed (Kappaphycus alvarezii) in Nunukan. Agrikan, 17(1), 28–33.

Megawati, Astaman, P., Qinayah, M., Raisa, D. M., Nurdin, F., & Ahfandi, A. (2022). Efisiensi Pemasaran Rumput Laut Glacillaria Sp. di Kabupaten Sinjai. Tarjih Agribusiness Development Journal, 2(01), 32–36.

Article Info :
Received : 28-07-2026
Accepted : 18-09-2026

Nurlisyana, W., Amanda, D., & Sehabudin, U. (2022). Analisis pemasaran rumput laut (*Eucheuma cottonii*) di Desa Tua Nanga Kecamatan Poto Tano Kabupaten Sumbawa Barat. Indonesian Journal of Agricultural Resource and Environmental Economics, 1(2), 109–119.

Saadah, Salam, M., Asmawati, & Sakia, N. (2021). Measuring margin and efficiency of the rice marketing channel. 681(1), 012107.

Soruh, D. E. C. (2023). Kedudukan Anak Luar Kawin (Bui Pa Kepue) Menurut Hukum Adat Sabu Di Kecamatan Sabu Timur Kabupaten Sabu Raijua. COMSERVA, 3(07), 2588–2597.

Sudiyono, A. (2004). Pemasaran Pertanian. Malang: UMM Press.

Wahyuni, S., Nursan, M., & Hidayati, A. (2023). Analysis of Red Algae Seaweed (*Eucheuma cottonii*) Cultivation in Jerowaru District, Lombok Regency. Jurnal Biologi Tropis, 23(2), 450–455.

Yusuf, M. N. (2022). Saluran Pemasaran Tomat di Kabupaten Pangandaran. Jurnal Hexagro, 6(2), 176–185

Article Info :
Received : 28-07-2026
Accepted : 18-09-2026