

## **BAURAN PEMASARAN RUMPUT LAUT DI DESA LALOMBI KECAMATAN BANAWA SELATAN KABUPATEN DONGGALA**

### **Seaweed Marketing Mix In Lalombi Village, Banawa Selatan District Donggala District**

*Jumarni<sup>1)</sup>, Max Nur Alam<sup>2)</sup>, Al Alamsyar<sup>2)</sup>*

<sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu.

<sup>2)</sup> Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu  
Email : [marnijumarni363@gmail.com](mailto:marnijumarni363@gmail.com), [mnauntad82@gmail.com](mailto:mnauntad82@gmail.com), [alamsyar@gmail.com](mailto:alamsyar@gmail.com)

#### **ABSTRAK**

This research was carried out in Lalombi, South Banawa District, Donggala Regency, the determination of the location was intentional (purposive), on the consideration that a small number of farmers in Lalombi carried out seaweed cultivation activities. The study was conducted in January-March 2021. This study used descriptive analysis. The results of this study resulted in the marketing process of seaweed products in Lalombi Village by applying the marketing mix as follows: (1) Products, seaweed products to be marketed, namely seaweed products. (2) Price, the price of seaweed is still relatively cheap, ranging from ± Rp. 10,000/kg for dry seaweed and around ± Rp. 7000/kg of wet seaweed. (3) Place, a place used for the selling process of seaweed products. (4) Promotion, promotion carried out by seaweed producers by providing good service to consumers.

**Keywords:** Seaweed, Marketing Mix, *Eucheuma cottoni*.

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini dilaksanakan di lalombi kecamatan banawa selatan kabupaten donggala, penentuan lokasi secara sengaja (Purposive), atas pertimbangan bahwa petani di lalombi sebagian kecil yang melakukan kegiatan budidaya rumput laut. Penelitian dilaksanakan pada bulan januari-maret 2021. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menghasilkan proses pemasaran produk rumput laut di Desa Lalombi dengan menerapkan bauran pemasaran yaitu sebagai berikut : (1) Produk, produk rumput laut yang akan dipasarkan, yaitu produk rumput laut. (2) Harga, harga rumput laut masih terbilang murah berkisar ± harga Rp 10.000/kg untuk rumput laut kering dan berkisar ± harga Rp 7000/kg rumput laut basah. (3) Tempat, tempat yang digunakan untuk proses penjualan produk rumput laut. (4) Promosi, promosi yang dilakukan oleh produsen rumput laut dengan melakukan pelayanan yang baik terhadap konsumen.

**Kata Kunci:** Rumput Laut, Bauran Pemasaran, *Eucheuma cottoni*.

## PENDAHULUAN

Potensi rumput laut Indonesia yang sangat menjanjikan dinilai dapat menjadi komoditi yang bisa berperan dalam pergerakan kemajuan ekonomi nasional. Terbukti, Indonesia merupakan penguasa 50 persen pangsa pasar produsen rumput laut jenis *Eucheuma Cottonii*. *Eucheuma Cottonii* merupakan rumput laut yang sebagian besar hasilnya digunakan untuk bahan baku industri. Rumput laut *Eucheuma Cottonii* dibudidayakan untuk memenuhi permintaan pasar ekspor dari industri kosmetik atau farmasi (Suparman, 2008).

Salah satu jenis rumput laut yang dibudidayakan masyarakat adalah *Eucheuma Cottonii* (*Kappaphycus alvarezii*). Jenis ini banyak dibudidayakan karena teknologi produksinya relatif murah dan murah serta penanganan pasca panen relatif mudah dan sederhana. Selain sebagai bahan baku industri, rumput laut jenis ini juga dapat diolah menjadi makanan yang dapat dikonsumsi langsung (Wijayanto, 2011).

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Arti pemasaran sering dikacaukan dengan pengertian-pengertian: (1) penjualan, (2) perdagangan, dan (3) distribusi. Padahal istilah-istilah tersebut hanya merupakan satu bagian dari kegiatan pemasaran secara keseluruhan. Proses pemasaran itu dimulai jauh sejak sebelum barang-barang diproduksi. Dan tidak berakhir dengan penjualan. Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat juga memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus atau konsumen mempunyai pandangan baik terhadap perusahaan (Dharmmesta, 1997) pemasaran juga di artikan sebagai suatu proses

sosial dan manajerial dimana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. Manajemen pemasaran merupakan salah satu bidang operasional dalam perusahaan yang harus ditangani dengan sungguh-sungguh (Alam S, 2013)

Bauran pemasaran salah satu strategi pemasaran untuk menyampaikan informasi secara luas, memperkenalkan suatu produk barang dan jasa, merangsang konsumen untuk memberi bahkan menciptakan preferensi pribadi terhadap *image* suatu produk, oleh karena itu bauran pemasaran dianggap sebagai salah satu unsur strategi yang paling potensial di dalam memasarkan produk. Strategi bauran pemasaran yaitu: produk, harga, promosi dan tempat sangat berperan terutama pada keadaan persaingan yang semakin tajam dan perkembangan akan permintaan barang (Selang, 2013).

Upaya meningkatkan produksi perikanan dapat ditempuh melalui usaha budidaya, baik di darat maupun di laut. Budidaya rumput laut merupakan salah satu jenis budidaya di bidang perikanan yang dikembangkan di wilayah perairan (Dasion, 2014). Seperti yang dikatakan Rivai (2020), terdapat banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu kegiatan. Salah satunya adalah menerapkan strategi budidaya rumput laut yang tepat. Untuk menyusun strategi yang tepat, dibutuhkan berbagai informasi faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan rumput laut. Faktor-faktor tersebut diantaranya adalah lokasi budidaya yang tepat, penggunaan bibit yang bermutu baik, teknik budidaya yang tepat, serta panen dan pasca panen.

Rumput laut atau yang biasa disebut *seaweed* merupakan tanaman makro alga yang hidup di laut yang tidak memiliki akar, batang, dan daun sejati. Pada umumnya rumput laut

hidup di dasar perairan. Rumput laut disebut tanaman karena memiliki klorofil (zat hijau daun), sehingga bias berfotosintesis. Rumput laut juga sering disebut sebagai alga atau ganggang pada daerah-daerah tertentu di Indonesia (Tim selasar ilmu, 2010).

Rumput laut dikenal dengan nama algae, termasuk divisi Thallophyta (tumbuhan berthalus), rumput laut mengandung karbohidrat dalam jumlah besar, sedikit protein dan mengandung berbagai vitamin. Pemanfaatan ekstrak rumput laut menghasilkan algin, agar-agar, dan keraginan (Mandusari, 2018).

Awal abad ke-18, banyak Negara yang telah memanfaatkan rumput laut sebagai bahan baku dalam pembuatan garam yodium, bahan baku tersebut kemudian terkenal dengan nama kelp. Sejak saat itu, bermunculanlah berbagai usaha untuk memproduksi kelp secara besar-besaran yang dipelopori oleh Negara Jepang. Pada saat itu kecanggihan Negara Jepang dalam pengolahan rumput laut telah dibuktikan dengan peningkatan produksi garam yodium dari 100 ton menjadi 250 ton per tahun hanya dalam tempo 3 tahun (Afrianto, 1993).

Sulawesi tengah memiliki beberapa komoditi unggulan yang layak dipasarkan, salah satunya rumput laut (seaweed). Potensi budidaya rumput laut tersebar di beberapa teluk, yaitu teluk palu yang mencakup wilayah kabupaten donggala dan kota palu. Teluk tomuni yang mencakup wilayah kabupaten parigi mouton dan kabupaten tojo una-una, serta teluk tolo dan kabupaten banggai dan kabupaten kepulauan. (BPS, 2014)

Salah satu daerah yang terkenal sebagai daerah produsen rumput laut adalah Sulawesi Tengah. Tepatnya di Desa Lalombi Kecamatan Banawa Selatan Kabupaten Donggala. Di Desa Lalombi satu diantaranya yang memproduksi rumput laut karena lokasi sentra ini berada di ujung perbatasan antara Sulawesi tengah dengan Sulawesi barat. Rumput laut masih

mempunyai prospek cerah mengingat potensi pasar dan lahan yang masih cukup luas, akan tetapi pemasaran budidaya rumput laut saat ini masih rendah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa budidaya rumput laut belum berkembang. Kendala dalam bauran pemasaran rumput laut di desa lalombi diantaranya masih terbatasnya pemasaran yang dilakukan oleh petani rumput laut saat ini sehingga pemasaran rumput laut tersebut belum baik.

Tabel 1. Produksi Rumput Laut Provinsi Sulawesi Tengah, Tahun 2014-2018

No	Tahun	Produksi (Ton)
1	2014	1.371,03
2	2015	2.062,50
3	2016	2.760,00
4	2017	5.539,00
5	2018	30,44

(Sumber: BPS, Sulawesi Tengah 2019).

Tabel 1 menunjukkan bahwa produksi rumput laut di Sulawesi Tengah selama lima tahun terakhir mengalami fluktuasi yakni terlihat dari tahun 2014 sampai 2018. Tahun 2018 produksi rumput laut di Sulawesi Tengah mengalami penurunan dengan jumlah produksi sebesar 30.44 ton, sedangkan pada tahun 2014 produksi rumput laut Di Sulawesi Tengah berjumlah 1.371,030 ton. Setelah melakukan observasi dilapangan atau di Desa Lalombi, terjadi penurunan harga jual hasil produksi budidaya rumput laut yang dimana rumput laut kering dijual dengan harga Rp 10.000/kg dan rumput laut basah Rp 7.000/kg. Permasalahan diakibatkan adanya bencana alam yang terjadi beberapa tahun lalu pada tahun 2018, dimana rumput laut tersebut gagal panen. Keterbatasan pasar dikarenakan kurangnya promosi yang dilakukan petani dengan cara mengkomunikasikan dan memperkenalkan hasil produksi budidaya

rumput laut kepada pasar sasaran kurang luas dan hanya diekspor ke satu tempat yaitu Makassar. Tempat atau distribusi untuk melakukan penawaran dan penjualan rumput laut yang dihasilkan tidak terjangkau bagi pasar sasaran atau tidak strategis, sehingga kurangnya minat konsumen atau pelanggan budidaya rumput laut di Desa Lalombi.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka permasalahan penelitian ini dapat dirumuskan: Bagaimanakah bauran pemasaran rumput laut di desa lalombi kecamatan banawa selatan kabupaten donggala.

Tujuan penelitian yaitu ingin mengetahui bauran pemasaran rumput laut di Desa Lalombi Kecamatan Banawa Selatan Kabupaten Donggala.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Lalombi Kecamatan Banawa Selatan Kabupaten Donggala. Lokasi penelitian ditetapkan secara sengaja (purposive) yaitu pada sentra budidaya rumput laut. Kemudian dipilih Desa Lalombi sebagai lokasi penelitian dengan pertimbangan bahwa petani di Desa Lalombi sebagian kecil yang melakukan kegiatan budidaya rumput laut. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari-Maret 2021.

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah petani rumput laut. Penentuan responden pada penelitian ini menggunakan metode sensus, karena petani rumput laut di Desa Lalombi memiliki unit yang kecil sehingga jumlah responden yang ditetapkan sebanyak 20 orang.

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan dua jenis data yakni data primer dan data sekunder.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif menggunakan pendekatan kualitatif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data dari profil Desa Lalombi kondisi geografis Desa Lalombi ialah luas wilayah sekitar  $\pm 1.500$  Ha dengan jumlah dusun sebanyak 4 yaitu dusun 1, dusun 2, dusun 3, dusun 4, dengan jumlah RT sebanyak 10.

Sedangkan keadaan Topografi, luas kemiringan lahan (rata-rata) yaitu : Datar 50%, perbukitan 15%, pengunungan 35% dan ketinggian diatas permukaan laut (rata-rata)  $\pm 750$  M, curah hujan 75 MM.

Tabel 2. Jumlah Penduduk Desa Lalombi Menurut Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Laki-laki	1.150	51,11
2.	Perempuan	1.100	48,89
	Jumlah	2.250	100

Sumber : Profil Desa Lalombi, 2020

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa penduduk laki-laki yang terbanyak yaitu berjumlah  $\pm 1.150$  orang atau 51,11 %. Sedangkan perempuan sebanyak  $\pm 1.100$  orang atau 48,89 %, dari keseluruhan jumlah penduduk yang ada di desa.

Tabel 3. Jumlah penduduk Desa Lalombi Menurut Kelompok Umur

No	Umur (Tahun)	Jenis Kelamin		Jumlah (Orang)	Persentase (%)
		L	P		
1.	0 – 4	100	150	250	11,12
2.	5 – 12	55	70	125	5,56
3.	13- 18	150	135	285	12,66
4.	19 – 25	145	150	295	13,12
5.	26 – 40	95	80	175	7,77
6.	41 – 50	85	90	175	7,77
7.	> 60	480	465	945	42
	Jumlah			2.250	100

Sumber : Profil Desa Lalombi, 2020.

Tabel 4. Jumlah Penduduk Desa Lalombi Menurut Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Belum sekolah	250	11,12
2.	Usia 7 - 45 th yang tidak pernah sekolah	115	5,12
3.	Pernah sekolah tapi tidak tamat	350	15,55
4.	Sedang sekolah	853	37,91
5.	Tamat SD / Sederajat	598	26,57
6.	Tamat SMP / Sederajat	49	2,18
7.	Tamat SMA / Sederajat	17	0,75
8.	Akademik / D1 - D3	4	0,18
9.	Sarjana S1-S2	14	0,62
<b>Jumlah</b>		<b>2.250</b>	<b>100</b>

Sumber : Profil Desa Lalombi, 2020.

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat dikatakan bahwa data-data jumlah umur penduduk di Desa Lalombi terbanyak adalah penduduk yang terbilang usia > 60 tahun yakni berjumlah 945 orang atau 42 %. Sedangkan jumlah umur penduduk Desa Lalombi yang terkecil adalah penduduk yang berusia 5-12 tahun yakni berjumlah 125 orang atau 5,56 %. Sementara umur penduduk Desa Lalombi yang lain cukup bervariasi akan tetapi tidak terlalu besar perbandingan antara penduduk usia yang satu dengan yang lainnya.

Berdasarkan tabel 4 jika dilihat secara mendalam data-data tersebut bahwa di Desa Lalombi dapat dikatakan tingkat pendidikannya yang terbanyak adalah penduduk yang berpendidikan sedang sekolah dengan jumlah 853 orang atau 37,91 % dan data penduduk Desa Lalombi yang terkecil adalah penduduk yang berpendidikan Akademik/ D1-D3 dengan jumlah 4 orang atau 0,18 %. Sementara pendidikan penduduk Desa Lalombi yang lain cukup bervariasi akan tetapi tidak terlalu besar perbandingan antara penduduk pendidikan yang satu dengan yang lainnya.

Berdasarkan tabel dibawah dapat kita lihat bahwa di Desa Lalombi mata pencaharian yang terbanyak adalah petani dan peternak

yakni berjumlah 480 orang atau 82,33 %. Sedangkan penduduk yang mata pencaharian yang jumlahnya terkecil adalah penduduk yang mata pencaharian sebagai buruh tani yakni berjumlah 14 orang atau 2,41 %. Sementara penduduk yang mata penaharian lainnya cukup bervariasi, akan tetapi tidak terlalu besar perbedaan antara yang satu sama dengan yang lainnya.

Tabel 5. Jumlah Penduduk Di Desa Lalombi Menurut Mata Pencaharian

No.	Mata Pencaharian	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Petani dan peternak	480	82,33
2.	Nelayan	45	7,72
3.	Pedagang	25	4,29
4.	Buruh Tani	14	2,41
5.	Karyawan	19	3,25
<b>Jumlah</b>		<b>583</b>	<b>100</b>

Sumber : Profil Desa Lalombi, 2020.

Karakteristik responden merupakan ciri-ciri yang dimiliki oleh masing-masing responden. Dari karakteristk responden dapat dilihat bagaimana petani mampu mengelola usahanya agar dapat berkembang sehingga

menghasilkan keuntungan. Karakteristik responden petani meliputi umur responden, tingkat pendidikan responden, pengalaman berusaha, jumlah tanggungan keluarga dan pendapatan perbulan responden. Karakteristik responden dapat dijelaskan sebagai berikut.

Tabel 6. Kalasifikasi Umur Responden Rumput Laut di Desa Lalombi Kecamatan Banawa Selatan Kabupaten Donggala.

No.	Umur Responden (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)
1.	29-39	3	15
2.	40-50	10	50
3.	> 51	7	35
Jumlah		20	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2020.

Tabel 6 menunjukkan bahwa tingkat umur petani responden cukup bervariasi, umur terendah adalah 29 tahun dan yang tertinggi 64 tahun. Dalam hal ini umur petani responden masih tergolong kedalam usia produktif dalam menjalankan usahanya. Umur produktif secara ekonomi dibagi menjadi 3 klasifikasi, yaitu kelompok umur 0-14 tahun merupakan usia belum produktif, kelompok umur 15-65 tahun merupakan kelompok usia produktif, sehingga sangat potensial dalam mengembangkan suatu usaha dengan menggunakan fisik dan teknologi yang modern dan kelompok umur diatas 66 tahun merupakan kelompok usia tidak lagi produktif. Usia produktif merupakan usia ideal untuk bekerja dan mempunyai kemampuan yang besar dalam menyerap informasi dan teknologi yang inovatif di bidang pertanian (soekartawi, 2006)

Tabel 7. Klasifikasi Tingkat Pendidikan Responden Rumput Laut di Desa Lalombi Kecamatan Banawa Selatan Kabupaten Donggala.

No.	Pendidikan Formal	Jumlah Responden	Presentase (%)
1.	SD	16	80
2.	SMP	3	15
3.	SI	1	5
Jumlah		20	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2020

Tabel 7 menunjukkan bahwa tingkat pendidikan rata-rata responden rumput laut di Desa Lalombi masih rendah karena persentase tingginya responden yang tingkat pendidikan Sekolah Dasar (SD), sehingga dalam mengelola pembudidayaan rumput laut mereka hanya mengandalkan pengalaman yang tidak disertai pengetahuan atau keterampilan yang memadai.

Hal ini menyebabkan minimnya wawasan pemikiran yang dapat menunjang para petani dalam mengelola kegiatan usaha pembudidayaannya, karena semakin tinggi tingkat pendidikan yang dimiliki oleh seorang petani maka wawasan berpikirpun akan semakin luas, sehingga petani dapat lebih mudah untuk menyerap dan mengadopsi teknologi dan cara-cara bercocok tanam yang baik guna lebih meningkatkan produktivitas rumput laut. Akan tetapi hal tersebut tidak menurunkan minat masyarakat khususnya petani rumput laut di Desa Lalombi untuk lebih mengembangkan kegiatan usaha pembudidayaannya kearah yang lebih maju.

Tabel 8. Klasifikasi Pengalaman Berusaha Responden Rumput Laut di Desa Lalombi Kecamatan Banawa Selatan Kabupaten.

No.	Pengalaman Berusaha (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	1-3	13	65
2.	4-6	7	35
Jumlah		20	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2020.

Berdasarkan pengalaman berusaha responden rumput laut dalam penelitian ini bervariasi. Pengalaman berusaha responden yang memiliki pengalaman 1-3 tahun yaitu sebanyak 13 orang atau 65%, sedangkan yang memiliki pengalaman 4-6 tahun sebanyak 7 orang atau 35%.

Tabel 9 menunjukkan bahwa jumlah tanggungan keluarga responden rumput laut di Desa Lalombi bervariasi, sebagian besar responden memiliki tanggungan keluarga yang cukup banyak yakni 4-6 orang, sehingga peluang untuk menambah tenaga kerja dan peningkatan pendapatan pembudidayaan rumput laut semakin terbuka, karena jumlah pembiayaan yang dikeluarkan untuk tenaga kerja berkurang sehingga dana yang diperlukan petani dapat digunakan semaksimal mungkin untuk meningkatkan produksi.

Berdasarkan tabel 10 karakteristik responden menurut pendapatan perbulan maka dari 20 orang responden yang diteliti, responden yang memiliki pendapatan < 5.000.000 dengan jumlah responden sebanyak 9 orang atau sebesar 45%.

Tabel 9. Klasifikasi Jumlah Tanggungan Keluarga Responden Rumput Laut di Desa Lalombi Kecamatan Banawa Selatan Kabupaten Donggala.

No.	Klasifikasi Jumlah Tanggungan Keluarga (Orang)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	1-3	8	40
2.	4-6	12	60
Jumlah		20	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2020

Keragaman responden berdasarkan pendapatan perbulan atau penghasilan perbulan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 10. Klasifikasi Jumlah Pendapatan Perbulan Responden Rumput Laut di Desa Lalombi Kecamatan Banawa Selatan Kabupaten Donggala.

No.	Responden	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	< 5.000.000	9	45
2.	>5.000.000	11	55
Jumlah		20	100

Sumber : data primer setelah diolah, 2020.

Komoditi Rumput Laut adalah salah satu penghasil petani di Desa Lalombi, selain rumput laut di Desa Lalombi juga melakukan pengembangan bersama komoditas pertanian seperti, padi, pala wijaya, kelapa, kopi, cokelat, cengkeh, lada, sayur-sayuran, buah-buahan dan lain-lain. Namun, rumput laut merupakan tanaman yang dapat berkembang dalam jangka pendek sehingga sebagian petani membudidayakan rumput laut untuk meningkatkan perekonomian selama menunggu masa panen yang lainnya tiba. Perkembangan rumput laut di Desa

Lalombi sering mengalami panen raya sehingga Desa Lalombi dapat dikatakan salah satu sentral penghasil rumput laut di Kabupaten Donggala, namun kurangnya pengetahuan dalam mempromosikan hasil produksi atau rumput laut yang telah dipanen kepasar, juga tidak tersediannya pasar tradisional sehingga petani hanya menunggu pembeli untuk datang ke tempat mereka. Hal ini sangat tidak menguntungkan petani pembudidaya rumput laut.

Berikut adalah pembahasan bauran pemasaran berdasarkan hasil wawancara dengan petani responden di Desa Lalombi Kecamatan Banawa Selatan Kabupaten Donggala.

#### **a. Produk (*Product*)**

Pemasaran dimulai dengan produk yaitu, barang, jasa, atau gagasan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan seorang pemakai. Menyusun dan mengembangkan produk baru merupakan tantangan bagi tenaga pemasaran. Memenuhi kebutuhan pemakai sering kali berarti mengubah produk-produk yang telah ada. Salah satu strateginya adalah diferensiasi produk. Diferensiasi produk berarti penciptaan suatu produk atau citra produk yang cukup berbeda dengan produk-produk yang telah beredar dengan maksud untuk menarik pelanggan (Huda, 2017).

Produk yang ditawarkan adalah produk rumput laut, Sehingga dengan adanya produk yang ditawarkan maka akan mempengaruhi peningkatan volume penjualan produk rumput laut di Desa Lalombi.

#### **b. Harga (*Price*)**

Bagi sebagian besar masyarakat masih menduduki tempat teratas sebelum ia membeli barang atau jasa. Bagi penjual yang penting bagaimana menetapkan harga yang pantas, terjangkau oleh masyarakat dan tidak merugikan

para penjual atau pedagang di pasar. Harga merupakan factor penting dalam merogoh kocek calon konsumen dan menjadi pertimbangan dari konsumen yang sangat efisiensi dan berhitung teliti dalam membeli produk. Perilaku konsumen dalam pertimbangan harga sangat sensitive dan rasional karena banyak pedagang menjual dengan harga tinggi dari harga pasar sehingga konsumen tidak mau merasa tertipu dari harga yang dibuat dan selalu mencari harga pasar dengan produk dan kualitas yang sama (Benyamin, 2019).

Bauran harga yaitu rumput laut yang telah dipanen petani pembudidaya rumput laut yang akan dijual dengan harga rumput laut kering dengan harga jual Rp 10.000/kg dan harga rumput laut basah dengan harga jual Rp 7000/kg, harga dapat berubah kapanpun.

#### **c. Tempat (*Place*)**

Berkaitan dengan proses distribusi yang merupakan kegiatan perusahaan yang saling berkaitan agar dapat menjadikan suatu produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi, dalam hal ini termaksud lokasi, persediaan transportasi, dan cakupan pasar. Tempat yang strategis dan mudah dijangkau juga menjadi faktor pendukung terhadap keputusan membeli suatu barang atau jasa (Ningsih, 2020).

Bauran tempat juga merupakan salah satu aspek penting dalam pemasaran rumput laut untuk melakukan transaksi untuk menyalurkan atau mendistribusikan hasil produk rumput laut dari produsen ke konsumen yang ada di Desa Lalombi. tempat penjualan hasil rumput laut di Desa Lalombi belum strategis karena produsen hanya menjual rumput laut kepada konsumen yang sudah menjadi pelanggan tetap yang datang membeli rumput laut tersebut.

#### **d. Promosi (*Promotion*)**

Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan menyakinkan calon



konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan menyakinkan calon konsumen. Termaksud di dalamnya promosi penjualan, periklanan, tenaga penjualan, public relation, pemasaran langsung (Sefudin, 2014).

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh produsen atau petani rumput laut untuk memberitahukan, memperkenalkan, dan menginformasikan keunggulan hasil rumput laut yang berada di Desa Lalombi ini. Sehingga dengan adanya produk yang diperkenalkan maka akan mempengaruhi peningkatan volume penjualan hasil rumput laut di Desa Lalombi. Produsen sebagai pengolah atau pembudidaya rumput laut yang ada harus melakukan promosi yang efektif yang digunakan untuk memasarkan rumput laut tersebut.

Promosi ini juga biasa dilakukan dengan menggunakan brosur, koran ataupun sosial media sebagai alat untuk mempromosikan produknya, dengan mempromosikan lewat website, instagram, facebook, youtube atau WhatsApp. Promosi dilakukan dengan menampilkan produk, harga, layanan, alamat dan lain sebagainya, sehingga konsumen lebih mudah menjangkau dan mengetahui produk tersebut. Namun, di Desa Lalombi belum sepenuhnya menjalankan proses-proses yang sudah dijelaskan sebelumnya.

Bauran promosi yaitu petani responden hanya menawarkan hasil produksinya melalui mulut ke mulut dan bantuan telepon genggam atau handphone, petani responden tidak menggunakan media untuk mempromosikan hasil produksinya kepada konsumen secara langsung.

#### **e. Orang (*People*)**

Orang merupakan unsur vital dalam bauran pemasaran. Bila produksi dapat

dipisahkan dengan konsumen, sebagaimana dijumpai dalam kebanyakan kasus pemasaran barang manufaktur, pihak manajemen biasanya dapat mengurangi pengaruh langsung sumber daya manusia terhadap output akhir yang diterima pelanggan (Tjiptono, 2011).

Orang dalam bauran pemasaran merupakan peranan penting untuk mensukseskan suatu perusahaan. Karena dengan adanya orang dalam perusahaan akan sangat membantu pelayanan dan keberhasilan dalam memasarkan produk rumput laut, setiap orang yang membudidayakan rumput laut memiliki keterampilan dan pendidikan yang berbeda-beda, pendidikan dalam membudidayakan rumput laut sangat penting untuk lebih mengetahui dan menciptakan suatu produk lebih baik dan dapat menggunakan teknologi untuk memasarkan produk rumput laut kepada konsumen atau pasar sasaran agar mencapai keberhasilan yang diinginkan.

#### **f. Proses (*Process*)**

Proses adalah “menciptakan dan memberikan jasa kepada konsumen, merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran”. Pada ekonomi manajemen jasa, pelanggan akan memandang system pemberian jasa tersebut sebagai bagian dari jasa itu sendiri. Semua kegiatan pekerjaan adalah bagian dari suatu proses. Proses dapat meliputi berbagai mekanisme yang ada, seperti: adanya mekanisme pelayanan, prosedur, jadwal kegiatan, serta rutinitas (Payne, 2006).

Proses disini mencakup bagaimana cara perusahaan melakukan pelayanan terhadap permintaan tiap konsumen rumput laut, mulai dari konsumen tersebut memesan hingga akhirnya konsumen mendapatkan apa yang diinginkan.

Proses yang dilakukan oleh pembudidaya rumput laut yaitu dengan mendatangkan bibit rumput laut dari berbagai daerah diantaranya

Desa Kamunong Sulawesi Barat, Takalar, Toli-Toli dan Pantai Timur. Luas wadah panen 2 hektar. Kemudian bibit rumput laut diikat dengan tali panjang 25 M lebar 1 M dengan jarak tanam antara baris satu dengan baris lainnya 20 cm untuk di tanam ke dasar laut, setelah penanaman rumput laut selama 2 sampai 3 bulan rumput laut siap di panen, rumput laut yang di panen sebagian ada yang di jemur untuk di pasarkan kepada konsumen yang menginginkan rumput laut kering, maupun rumput laut basah yang telah di panen langsung di ekspor ke pelanggan rumput laut.

#### **g. Bukti Fisik (*Physical evidence*)**

bukti fisik yang dimiliki oleh penyedia jasa yang ditunjukkan kepada konsumen sebagai usulan nilai tambah konsumen. Bukti fisik merupakan wujud nyata yang di tawarkan kepada pelanggan. Sebenarnya tidak ada atribut fisik untuk layanan, sehingga konsumen cenderung mengandalkan isyarat material.

Bukti fisik yang dilakukan pembudidaya rumput laut di Desa Lalombi Kecamatan Banawa Selatan Kabupaten Donggala sebenarnya tidak ada atribut fisik untuk layanan secara langsung atau tatap muka melainkan hanya mengandalkan telepon genggam yang dimana produsen menghubungi konsumen atau pelanggan bahwa rumput laut di Desa Lalombi sudah tersedia.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai bauran pemasaran rumput laut di Desa Lalombi Kecamatan Banawa Selatan Kabupaten Donggala, dapat ditarik kesimpulan bahwa proses pemasaran produk rumput laut di Desa Lalombi dengan menerapkan bauran pemasaran yaitu sebagai berikut : (1) Produk, produk rumput laut

yang akan dipasarkan, yaitu produk rumput laut. (2) Harga, harga rumput laut masih terbilang murah berkisar  $\pm$  harga Rp 10.000/kg untuk rumput laut kering dan berkisar  $\pm$  harga Rp 7000/kg rumput laut basah. (3) Tempat, tempat yang digunakan untuk proses penjualan produk rumput laut. (4) Promosi, promosi yang dilakukan oleh produsen rumput laut dengan melakukan pelayanan yang baik terhadap konsumen.

#### **Saran**

Sesuai dengan kesimpulan yang telah diuraikan peneliti menyarankan :

1. Perlu adanya peningkatan kualitas budidaya rumput laut untuk mendukung pertumbuhan rumput laut, dengan demikian diharapkan kuantitas dan kualitas produksi meningkat. Peningkatan kuantitas produksi akan meningkatkan penerimaan responden rumput laut. Sementara peningkatan kualitas akan meningkatkan kandungan gel di dalam rumput laut sehingga harga jual per kilogram turut meningkat.
2. Para responden di Desa Lalombi lebih teliti lagi dalam pemasangan dan perawatan rumput laut, agar kurangnya tingkat kematian pada pembudidayaan rumput laut tersebut.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Akhmad Sefudin. 2014. *Redefinisi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) "4p" Ke "4C"* (studi Kasus Pada Universitas Indraprasta PGRI). *Journal Of Applied Business and Economic*. Vol. 1 No. 1. September.
- Alam S. 2013. *Ekonomi*. Penerbit Erlangga.
- Ari Putra Benyamin. 2019. *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix Strategy)*

- di *Pasarkita Pamulang*. Jurnal Pemasaran kompetitif. Vol. 2 No. 3 Juni.
- BPS, 2014. *Badan Pusat Statistik Sulawesi Tengah*. Palu.
- Christian, A. D. Selang. 2013. *Pengaruh Bauran Pemasaran*. Journal EMBA. Vol. 1 No.3 Hal 71-80. Manado.
- Desy Dwi Sulastriya Ningsih dan M. Ruslianor Maika. 2020. *Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam. 6(03),693-702. Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
- Drs. Basu Swastha Dharmmesta dan Drs. Hani Handoko. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. BPFY-Yogyakarta.
- Ir. Eddy Afrianto dan Ir. Evi Liviawaty. 1993. *Budidaya Rumput Laut dan Cara Pengolahannya*. ISBN 979-410-160-5. Penerbit Bhratara. Jakarta.
- Kotler Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:Erlangga.
- Nurul Huda, dkk. 2017. *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*. Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT). 180 hal. Kencana. Jl Kebayunan No. 1. Tapos-Cimanggis, Depok.
- Payne. A. 2006. *Service Marketing Pemasaran Jasa*. Yogyakarta
- Petrus Rajamuda Kolly Dasion, Dkk. 2014. *Analisis Pemasaran Rumput Laut (Eucheuma sp) Di Desa Wuakerong Kecamatan Nagawutung Kabupaten Lembata*. Buana Sains Vol 14. No. 1 Hal 1-10.
- Soekartawi. 2006. *Analisis Usahatani*. Jakarta: UI-Press. 110 Hal.
- Suparman. *Cara Mudah Budidaya Rumput Laut Menyehatkan dan Menguntungkan*. Penerbit Pustaka Baru Press. Jl. Wonosari Km 6, Demblaksari Rt 4, Baturetno, Banguntapan, Bantul, Yogyakarta.
- Tim Selasar Ilmu, 2010. *Desa Pelopor Budidaya Rumput Laut*. Cet 2 (edisi revisi). Sarana Ilmu Pustaka, Iv + 52 hlm. Bandung.