

ANALISIS PEMASARAN RUMPUT LAUT DI DESA BAHONSUAI KECAMATAN BUMI RAYA KABUPATEN MOROWALI

Analysis of Seaweed Marketing in Bahonsuai Village, Bumi Raya District, Morowali Regency

Bagus Govinda¹⁾, Arifuddin Lamusa²⁾, Al-alamsyar³⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Tadulako, Palu
E-mail: Bagusg29@gmail.com

²⁾Staf Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tadulako, Palu
E-mail: Lamusa.arif@yahoo.com, e-mail: alalamsyar@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the shape of the seaweed marketing channel, the amount of margin in each seaweed marketing channel, the share of the price received by seaweed farmers in each marketing channel and the efficiency of seaweed marketing in each of the grass marketing channels. sea in Bahonsuai Village, Bumi Raya District, Morowali Regency. This research was conducted in Bahonsuai Village, Bumi Raya District, Morowali Regency. Respondents who were sampled were seaweed farmers and collectors. Sampling was done using a simple random method (Simple random sampling method) as many as 28 seaweed farmers were taken as a sample from a total population of 75 seaweed farmers. Sampling of traders was carried out using the tracing method, in order to obtain 1 middleman trader and 1 collector trader, while for consumers represented by collectors because the distance between consumers in Makassar City was very far from the research location. So, the total number of samples obtained is 30 people. The results of the analysis show that the seaweed marketing channel in Bahonsuai Village consists of two marketing channels, namely:

1. Seaweed farmers → collectors → consumers
2. Seaweed farmers → middlemen → collectors → consumers.

The marketing margin obtained on channel I is IDR 13,000 / kg, and in channel II is IDR 16,000 / kg. The share of the price received by seaweed farmers in channel I is 48%, and in channel II is 36%. The level of marketing efficiency of seaweed in channel I is 16.28% and channel II is 21.95%, so a more efficient and profitable channel for seaweed farmers is the first marketing channel.

Keywords : Marketing Analysis, Seaweed, and Marketing Efficiency

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk saluran pemasaran rumput laut, besarnya marjin pada masing-masing saluran pemasaran rumput laut, share/bagian harga yang di terima petani rumput laut pada masing-masing saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran rumput laut pada masing-masing saluran pemasaran rumput laut di Desa Bahonsuai Kecamatan Bumi Raya Kabupaten Morowali. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Bahonsuai Kecamatan Bumi Raya Kabupaten Morowali. Responden yang dijadikan sampel adalah petani rumput laut dan pedagang pengumpul. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode acak sederhana (*Simple random sampling method*) sebanyak 28 orang petani rumput laut diambil sebagai sampel dari total anggota populasi 75 orang petani rumput laut. Pengambilan sampel pedagang dilakukan dengan menggunakan metode peninjauan (*Tracing method*), sehingga diperoleh 1 orang pedagang tengkulak dan 1 orang pedagang pengumpul, sedangkan untuk konsumen diwakili oleh pedagang pengumpul dikarenakan jarak konsumen yang berada di Kota Makassar sangat jauh dengan lokasi

penelitian. Jadi, jumlah keseluruhan sampel yang diperoleh adalah sebesar 30 orang. Hasil analisis menunjukkan saluran pemasaran rumput laut di Desa Bahonsuai terdiri dari dua saluran pemasaran, yaitu:

1. Petani rumput laut → pedagang pengumpul → konsumen
2. Petani rumput laut → pedagang tengkulak → pedagang pengumpul → konsumen.

Marjin pemasaran yang diperoleh pada saluran I sebesar Rp13.000/kg, dan pada saluran II sebesar Rp16.000/kg. Share/bagian harga yang diterima petani rumput laut pada saluran I adalah sebesar 48%, dan pada saluran II sebesar 36%. Tingkat efisiensi pemasaran rumput laut pada saluran I adalah sebesar 16,28% dan pada saluran II sebesar 21,95%, sehingga saluran yang lebih efisien dan menguntungkan bagi petani rumput laut adalah saluran pemasaran pertama.

Kata Kunci : Analisis Pemasaran, Rumput Laut, dan Efisiensi Pemasaran.

PENDAHULUAN

Pemasaran adalah semua kegiatan usaha yang bertalian dengan arus penyaluran barang atau jasa dari pihak produsen sampai ke pada konsumen. Pemasaran meliputi semua kegiatan perusahaan dalam beradaptasi dengan lingkungan secara kreatif dan menguntungkan (Kotler dkk. 2000).

Menurut Soekartawi (2002), Pemasaran adalah suatu sistem dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial, juga tidak berakhir pada waktu penjualan atau transaksi. Semua keputusan yang diambil dalam bidang pemasaran harus ditujukan untuk menentukan produk, pasar, harga, promosi dan system distribusinya.

Pemasaran pertanian merupakan pemasaran komoditi yang menjanjikan seiring dengan tingginya permintaan pasar rumput laut dan hasil olahannya, baik di dalam maupun di dalam negeri. Permintaan pasar dunia akan rumput laut terus meningkat setiap tahun. Hal ini disebabkan karena rumput laut tidak mengakibatkan efek samping terhadap Kesehatan bila dikonsumsi dalam bentuk makanan atau obat-obatan. Demikian juga penggunaannya dalam industry non pangan dan berbagai industri lainnya semakin meluas, seperti tekstil, cat, keramik, kertas dan lain-lain. Rantai pemasaran rumput laut terdiri dari simpul-simpul pedagang local sebagai pengumpul/pegepul atau koperasi. Dari pedagang lokal dijual ke pedagang di Kota, selanjutnya oleh pedagang di kota, rumput laut dijual ke industri di dalam negeri ataupun eksportir (Bambang, 2004).

Indonesia merupakan Negara yang sebagian wilayahnya terdiri atas laut. Perairan laut Indonesia mempunyai berbagai macam keunggulan karena terletak di daerah tropis dan memiliki keanekaragaman hayati yang besar sehingga komoditas hayati yang dapat

dikembangkan juga beragam. Salah satu sumber daya hayati yang cukup potensial dari perairan laut Indonesia adalah rumput laut (seaweed) dengan berbagai jenis. Pada saat ini terdapat sekitar 782 jenis rumput laut yang hidup di perairan Indonesia yang terdiri dari 196 algae hijau, 134 algae coklat, dan 452 algae merah (Saprianti dkk., 2016).

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 (Daison, dkk., 2014).

Provinsi Sulawesi Tengah memiliki komoditi perikanan budidaya yang layak dipasarkan, di antaranya adalah komoditi rumput laut (seaweed). Potensi pembudidayaan rumput laut tersebar di beberapa daerah di Sulawesi Tengah, di antaranya Kabupaten Banggai Kepulauan, Banggai, Morowali, Poso, Donggala, Toli-Toli, Buol, Parigi Moutong dan Tojo Una-Una (Dinas Kelautan dan Perikanan Sulawesi Tengah, 2019).

Kabupaten Morowali adalah salah satu daerah yang memproduksi Rumput Laut yang terdapat di Sulawesi Tengah. Kondisi pengelolaan Rumput Laut di Kabupaten Morowali didukung oleh beberapa Kecamatan yang merupakan penghasil Rumput Laut, diantaranya adalah Menui Kepulauan, Bungku Selatan, Bungku Barat, Bumi Raya dan Wita Ponda (Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Morowali, 2019).

Kecamatan Bumi Raya adalah salah satu daerah yang memproduksi Rumput Laut di Kabupaten Morowali. Kondisi Rumput Laut di Kecamatan Bumi Raya

didukung oleh beberapa Desa, diantaranya Desa Pebatae, Pebotoa, Bahonsuai dan Parilangke. Produksi usahatani Rumput Laut di Kecamatan Bumi Raya berada pada urutan ke 3 pada tingkat produksi setelah Kecamatan Menui Kepulauan, dan Wita Ponda. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk Kabupaten Morowali bekerja sebagai petani (Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Morowali, 2019).

Desa Bahonsuai merupakan salah satu penghasil Rumput Laut yang ada di Kecamatan Bumi Raya, di mana sebagian besar masyarakatnya menggantungkan hidupnya dengan bekerja sebagai petani dan nelayan. Produksi Rumpu Laut di Desa Bahonsuai berada di urutan ke 2 setelah Desa Pebatae dengan jumlah produksi sebesar 1.695 Ton. (Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Morowali, 2019)

Kebutuhan pasar terhadap rumput laut terus meningkat setiap tahun yang berasal dari berbagai wilayah di Indonesia maupun untuk ekspor ke Luar Negeri. Kebutuhan total rumput laut saat ini diperkirakan sekitar 40.000 ton per tahun yang terdiri dari kebutuhan dalam negeri 22.000 ton per tahun dan untuk ekspor sekitar 18.000 ton per tahun, tetapi kenyataannya kebutuhan tersebut baru terpenuhi sekitar 30.000 ton per tahun. Hal tersebut disebabkan karena berkurangnya jumlah pembudidaya rumput laut akibat dari harga rumput laut kering yang tidak stabil sehingga pendapatan yang diterima oleh pembudidaya rumput laut berkurang dan memaksa mereka untuk mencari pekerjaan lain (Hikmayani dkk., 2007).

Saluran pemasaran adalah badan-badan atau Lembaga-lembaga yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi pemasaran yang mana barang-barang bergerak dari pihak produsen sampai ke pihak konsumen (Hanafiah dan Saefuddin 2006).

Keterlibatan lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran menimbulkan konsekuensi pendistribusian biaya dan margin pemasaran. Penerimaan harga yang

rendah di tingkat petani dan proporsi bagian margin pemasaran di antara pelaku pasar menyebabkan pemasaran menjadi tidak efisien. Perlu diupayakan agar pembagian margin pemasaran yang adil di antaranya dengan mengupayakan saluran pemasaran yang efisien. (Herwanti, 2013).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk saluran pemasaran, besarnya margin pemasaran, share/bagian harga yang di terima petani rumput laut serta efisiensi pemasaran rumput laut pada masing-masing saluran pemasaran.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Bahonsuai Kecamatan Bumi Raya Kabupaten Morowali. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Desa Bahonsuai merupakan salah satu daerah penghasil rumput laut dengan produktivitas terendah kedua di Kecamatan Bumi Raya. Penelitian ini dilaksanakan selama 1 bulan pada bulan Mei 2020.

Penentuan responden pada penelitian ini dilakukan dengan metode sampel acak sederhana (*simple random sampling*). *Sampling random sederhana* adalah bentuk *sampling random* yang sifatnya sederhana, di mana tiap populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel. *Sampling random sederhana* dilakukan apabila elemen-elemen populasi yang bersangkutan homogen (Hasan, 2002).

Jumlah populasi pembudidaya rumput laut dalam penelitian ini sebanyak 75 orang. Salah satu cara menentukan ukuran sampel penelitian digunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 15% dengan rumus sebagai berikut (Sugiono, 2016).

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

- n = jumlah sampel minimal
- N = jumlah anggota populasi
- e = margin eror (15% atau 0,15)

Dengan demikian jumlah sampel yang dapat diambil adalah sebanyak 28 orang petani rumput laut.

Penentuan sampel pedagang dan konsumen digunakan metode tracing sampling atau penjajakan, yakni pengambilan sampel berdasarkan informasi dari produsen rumput laut, dari hasil penjajakan diketahui lembaga pemasaran yang terlibat didapatkan 1 orang pedagang tengkulak dan 1 orang pedagang pengumpul, sedangkan untuk konsumen diwakili oleh pedagang pengumpul, karena jarak konsumen dengan daerah penelitian yang sangat jauh sehingga tidak dapat mengambil data dari konsumen secara langsung, sehingga total responden sebanyak 30 orang.

Data yang diperoleh pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari lapangan dengan melakukan observasi dan wawancara langsung dengan responden menggunakan daftar pertanyaan (Quistioneiry). Data sekunder diperoleh dari berbagai literatur-literatur dan instansi-instansi yang terkait dengan penelitian.

Analisis Data. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu saluran pemasaran, margin pemasaran, share harga yang diterima produsen dan analisis efisiensi pemasaran. Analisis saluran pemasaran dilakukan secara deskriptif dengan mengamati lembaga pemasaran yang terlibat dalam penyampaian rumput laut dimulai dari pembudidaya sampai ke konsumen.

Menurut Angipora. (2002), untuk menghitung jumlah margin pemasaran yang diperoleh pada masing-masing lembaga pemasaran, digunakan rumus sebagai berikut:

$$MP = P_r - P_f$$

Di mana :

MP = Margin Pemasaran

P_r = Harga di tingkat konsumen (Rp/kg)

P_f = Harga di tingkat produsen (Rp/kg)

Menurut Pakpahan dan Damanik (2018), Share harga yang diterima produsen dapat dihitung dengan rumus :

$$Sp = P_f/P_r \times 100\%$$

Di mana :

Sp = Bagian harga yang diterima produsen (%)

P_f = Harga produsen (Rp/kg)

P_r = Harga konsumen (Rp/kg)

Menurut Abidin dkk. (2017), untuk menghitung efisiensi pemasaran digunakan rumus efisiensi pemasaran sebagai berikut:

$$Ep = TMC/TMR \times 100\%$$

Di mana :

Ep = Efisiensi pemasaran (%)

TMC = Total Biaya pemasaran (Rp)

TMR = Total Pendapatan Pemasaran (Rp)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden. Petani rumput laut dan pedagang perantara di Desa Bahonsuai memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Karakteristik responden merupakan ciri-ciri yang dimiliki oleh setiap responden yang berhubungan dengan usahatani yang dikelolanya. Karakteristik petani dan pedagang responden diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan petani dan pedagang yaitu meliputi umur, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, dan pengalaman berusahatani.

Saluran Pemasaran Rumput Laut. Saluran pemasaran terdiri dari pedagang perantara yang membeli barang dari pihak produsen dan menjual Kembali kepada pihak konsumen. Arus pergerakan barang dari produsen ke konsumen merupakan jasa kelembagaan pemasaran yang terlibat di dalamnya (Abidin dkk, 2017).

Adapun saluran pemasaran rumput laut yang terbentuk di Desa Bahonsuai yaitu 2 (dua) saluran, saluran pertama: petani sebagai pemasok (produsen) menjual langsung ke pedagang pengumpul dengan harga Rp. 12.000/kg, selanjutnya pedagang pengumpul menjual ke konsumen akhir yang berada di Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan dengan harga Rp 25.000/kg. Saluran kedua: petani menjual rumput laut ke pedagang tengkulak dengan harga

Rp. 9.000/kg, kemudian pedagang tengkulak menjual ke pedagang pengumpul dengan harga Rp.12.000/kg, selanjutnya pedagang pengumpul menjual rumput laut kepada konsumen akhir yang ada di Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan dengan harga Rp. 25.000/kg. Berdasarkan data penelitian, terlihat bahwa terdapat dua saluran pemasaran yang digunakan petani di lokasi penelitian dalam memasarkan rumput laut, yaitu: 1. Saluran Pertama: Petani → Pedagang pengumpul → Konsumen akhir. 2. Saluran kedua: Petani → Pedagang tengkulak → Pedagang pengumpul → Konsumen akhir.

Margin Pemasaran. Margin pemasaran rumput laut merupakan selisih antara harga rumput laut yang diterima produsen/petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Selisih harga tersebut dapat meliputi biaya pengepakan, biaya transportasi, serta biaya tenaga kerja termasuk biaya penyortiran dan biaya pengangkutan.

Tujuan analisis margin pemasaran adalah untuk melihat efisiensi pemasaran yang diindikasikan oleh besarnya keuntungan yang di terima masing-masing pelaku pemasaran. Semakin tinggi proporsi harga yang diterima produsen, semakin efisien system pemasaran tersebut (Sylviani dan Elvida 2010).

Pemasaran yang terjadi di Desa Bahonsuai mempunyai tingkat margin yang berbeda pada setiap lembaga pemasaran. Pada saluran pemasaran pertama, harga jual petani rumput laut kepada pedagang pengumpul yaitu adalah sebesar Rp.12.000/kg. Pada saluran ini, pedagang pengumpul melakukan penjualan kepada konsumen yang berada di Kota Makassar Provinsi Sulawesi Tengah dengan harga sebesar Rp.25.000/kg dengan margin pemasaran yang diperoleh sebesar Rp.13.000/kg.

Pada saluran pemasaran kedua, harga jual petani rumput laut kepada pedagang tengkulak adalah sebesar Rp.9.000/kg. Pada saluran ini, pedagang

tengkulak melakukan penjualan kepada pedagang pengumpul sebesar Rp.12.000/kg, kemudian pedagang pengumpul melakukan penjualan kepada konsumen yang berada di Kota Makassar Provinsi Sulawesi Tengah dengan harga sebesar Rp.25.000/kg dengan margin pemasaran yang diperoleh sebesar Rp.16.000/kg.

Bagian Harga yang Diterima Petani Rumput Laut. Bagian harga ialah bagian harga yang diterima petani rumput laut dari hasil penjualan rumput lautnya. Share harga dapat dihitung dengan melihat harga di tingkat produsen dan konsumen. Bagian harga yang diterima petani rumput laut pada saluran pertama sebesar 48%, dan pada saluran kedua sebesar 36%. Harga rumput laut di tingkat produsen pada saluran satu lebih besar dibandingkan pada saluran kedua, hal ini disebabkan karena pada saluran pertama petani rumput laut langsung menjual kepada pedagang pengumpul sedangkan pada saluran kedua masih melalui pedagang tengkulak sehingga bagian harga yang di terima oleh petani rumput laut pada saluran kedua lebih sedikit. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran yang paling menguntungkan adalah saluran pertama.

Efisiensi Pemasaran Penampilan pemasaran yang efisien merupakan tujuan utama yang hendak dicapai oleh petani dan konsumen. Semakin kecil tingkat efisiensi, makin baik performa usahanya, sedangkan peningkatan level efisiensi merupakan indikator lemahnya performa usaha tersebut, misalnya dalam usaha pemasaran.

Nilai efisiensi pada saluran pertama sebesar 16,28% dan pada saluran kedua nilai efisiensi sebesar 21,95%. Total biaya pada saluran pertama lebih rendah dibandingkan saluran kedua, hal ini disebabkan karena pendeknya rantai pemasaran pada saluran pertama sehingga biaya-biaya yang dikeluarkan lebih kecil dan juga pendapatan yang diperoleh pada saluran pertama lebih besar dibandingkan saluran kedua.

Menurut Abidin dkk. (2017), semakin kecil tingkat efisiensi maka makin baik performa usahanya, sedangkan peningkatan level efisiensi merupakan indikator lemahnya performa usaha itu. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa saluran yang paling efisien adalah saluran pertama.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan di Desa Bahonsuai Kecamatan Bumi Raya Kabupaten Morowali, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran rumput laut di Desa Bahonsuai Kecamatan Bumi Raya Kabupaten Morowali masih banyak pedagang perantara yang terlibat yang dibagi menjadi dua saluran pemasaran:
 - 1) Patani rumput laut → Pedagang pengumpul → Konsumen
 - 2) Petani rumput laut → Pedagang tengkulak → Pedagang pengumpul → Konsumen
2. Margin pemasaran yang diperoleh dari kegiatan pemasaran rumput laut di Desa Bahonsuai Kecamatan Bumi Raya Kabupaten Morowali yaitu pada saluran pertama sebesar Rp13.000/kg dan margin pemasaran pada saluran kedua sebesar Rp16.000/kg.
3. Share/bagian harga yang diterima oleh petani dari hasil pemasaran rumput laut di Desa Bahonsuai, pada saluran pertama sebesar 48% sedangkan pada saluran kedua share harga yang diterima petani rumput laut lebih sedikit yaitu sebesar 36%.
4. Efisiensi pemasaran rumput laut di Desa Bahonsuai pada saluran pertama sebesar 16,28% dan pada saluran kedua sebesar 21,95%. Dilihat dari tingkat efisiensi kedua saluran, saluran pemasaran yang lebih efisien adalah saluran pemasaran pertama yaitu sebesar 16,28%.

Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan, disarankan kepada petani rumput

laut di Desa Bahonsuai sebaiknya menggunakan saluran pemasaran pertama. Karena pada saluran pertama biaya yang dikeluarkan relatif kecil sehingga dapat memberikan keuntungan yang lebih kepada para petani rumput laut di Desa Bahonsuai Kecamatan Bumi Raya Kabupaten Morowali.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., Harahab, N., & Asmarawati, L. 2017. *Pemasaran Hasil Perikanan*. UBPress. Malang.
- Angipora, 2001. *Dasar-dasar Pemasaran Edisi Kedua*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- DKP, 2019. *Produksi Perikanan Budidaya Provinsi Sulawesi Tengah*.
- DKP, 2019. *Produksi Rumput Laut Kabupaten Morowali*.
- Daison, P. R. K. D., Arvianti, E. Y., & Sa'diyah, A. A. 2014. *Analisis Pemasaran Rumput Laut (Euchema S.P) di Desa Wuakerong Kecamatan Nagawutung Kabupaten Lembata*. Buana Sains. Jurnal Buana Sains Vol. 14 No 1 Hal 1–10.
- Hanafiah dan Saefuddin 2006. *Tataniaga Hasil Perikanan*. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Hasan, Iqbal, 2002. *Pokok-pokok Materi Statistik 2*. PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Herwanti, 2013. *Analisis Pemasaran Durian di Desa Talang Mulya Kabupaten Pesawaran*. Jurnal Ilmiah ESAI. Vol. 10 No. 1, Hal. 64-72.
- Hikmayani, Y., Aprilliani, T., & Zamroni, A. 2007. *Analisis Pemasaran Rumput Laut Di Wilayah Potensial Di Indonesia*. Jurnal Bijak Dan Riset Sosek KP. Vol. 2 No. 2, Hal 159–175.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2000. *Dasar-dasar Pemasaran*. Prenhalindo. Jakarta.
- Pakpahan, T. H., & Damanik. *Analisis Pemasaran Komoditi Belimbing (Averrhoa carambola L.)*. Jurnal agribest. Vol. 2 No. 01 Hal. 39-46.
- Saprianti, Laapo, A., & Howara, D. 2016. *Analisis Pemasaran Rumput Laut di Desa Lalombi Kecamatan Banawa Selatan Kabupaten Donggala Sulawesi Tengah*. e-Jurnal Agrotekbis Vol. 4 No. 6, Hal 754–757.

- Soekartawi, 2002. *Analisis Usahatani*. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Bambang, Priono (2013). *Budidaya Rumput Laut Dalam Upaya Peningkatan Industrialisasi Perikanan*. Pusat Penelitian Dan Pengembangan Perikanan Budidaya. Media Akuakultur Volume 8 Nomor 1 Tahun 2013.
- Sugiono dalam Pradana, M., & Reventiary, A., 2016. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Customade (Studi Di Merek Dagang Customade Indonesia)*. Jurnal Manajemen. Vol. 6 No. 1 Hal. 1-10.
- Sylviani dan Elvida, 2010. *Kajian Potensi Tata Niaga dan Kelayakan Usaha Budidaya Tumbuhan Litsea (Study of Potencial, Distribution and Feasibility of Litsea Cultivation)*. Jurnal Penelitian Sosial dan Ekonomi Kehutanan. Vol. 7 No. 1 Hal. 73-91.