

ANALYSIS OF SEAWEED CULTIVATION BUSINESS (*Gracilaria Sp*) IN TANJUNG SEMBILANG, MUARA SEMBILANG VILLAGE, SAMBOJA DISTRICT

ANALISIS USAHA BUDIDAYA TAMBAK RUMPUT LAUT (*Gracilaria sp*) DI TANJUNG SEMBILANG KELURAHAN MUARA SEMBILANG KECAMATAN SAMBOJA

¹⁾Ucok, ²⁾Helminuddin, ^{3*)}Eko Sugiharto

¹⁾Mahasiswa Jurusan Sosek Perikanan

^{2,3*)}Dosen Jurusan Sosial Ekonomi Perikanan,

Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Mulawarman

Jl. Gn. Tabur, Gedung FPIK, Kampus Gn Kelua, Samarinda, 75123 Indonesia

Email: eko.sugiharto@fpik.unmul.ac.id

ABSTRACT

*This study aims to determine Income and marketing Analysis of Seaweed Cultivation Business (*Gracilaria Sp*) in Tanjung Sembilang, Muara Sembilang Village, Samboja District. The sampling method used was a census method, where all members of the population were taken as samples, totaling 2 samples. The results showed that the average total costs and profits obtained by farmers in seaweed pond cultivation of *Gracilaria sp.* in Muara Sembilang varied based on the pond area. In ponds less than 1 hectare (Ha) in size, the average total cost incurred by farmers is around Rp. 35,561,667 per year with an average profit of around Rp. 11,478,333 per year. In ponds of 1-2 hectares (Ha) in size, the average total cost is around Rp. 57,878,684 per year with an average profit of around Rp. 19,224,474 per year. Meanwhile, in ponds of 2-3 hectares (Ha) in size, the average total cost is around Rp. 84,210,167 per year with an average profit of around Rp. 62,789,833 per year. The data on average total costs indicate that the larger the pond area owned by farmers, the higher the costs incurred. Meanwhile, to achieve significant profits in this cultivation business, it is important to generate high income and reduce marketing costs. In Muara Sembilang, there is one marketing channel that follows the marketing chain from producers to collector traders, wholesalers, and exporters. There are differences in the value of margins, marketing costs, profits, and marketing efficiency at each stage of this marketing chain. The highest margin value, marketing costs, and profits are found in wholesalers at around Rp. 2,500 per kg, Rp. 5,261,111, and Rp. 2,260,859 per kg, respectively. From the calculations, the highest marketing efficiency is found in wholesalers in Samarinda and Makassar, at around 0.011%.*

Keywords: Determine Income; marketing Analysis; Seaweed Cultivation Business (*Gracilaria Sp*)

*Corresponding author. Email address: eko.sugiharto@fpik.unmul.ac.id (Oke)

DOI:

Received: 5-10-2025; **Accepted:** 7-11-2025; **Published:** 31-1-2026

Copyright (c) 2026 Ucok, Helminuddin, dan Eko Sugiharto

Jurnal Pembangunan Perikanan dan Agribisnis Published by Faculty of Fisheries and Marine Affairs, University of Mulawarman and This work is licensed under a <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui Pendapatan dan Pemasaran Usaha Budidaya Rumput Laut (*Gracilaria Sp.*) Di Tanjung Sembilang Kelurahan Muara Sembilang Kecamatan Samboja. Metode pengambilan sampel menggunakan metode sensus dengan seluruh anggota populasi dijadikan sebagai sampel sebanyak 2 sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rata-rata total biaya dan keuntungan bersih yang diperoleh oleh petambak dalam usaha budidaya rumput laut *Gracilaria sp.* tambak di Muara Sembilang bervariasi berdasarkan luas lahan tambak. Pada lahan tambak yang kurang dari 1 Hektar (Ha), total biaya produksi rata-rata yang dikeluarkan petambak adalah sekitar Rp. 35.561.667 per tahun dengan keuntungan bersih rata-rata sekitar Rp. 11.478.333 per tahun. Pada lahan tambak 1-2 Hektar (Ha), biaya produksi total rata-rata adalah sekitar Rp. 57.878.684 per tahun dengan keuntungan bersih rata-rata sekitar Rp. 19.224.474 per tahun. Sedangkan pada lahan tambak 2-3 Hektar (Ha), biaya produksi total rata-rata adalah sekitar Rp. 84.210.167 per tahun dengan keuntungan bersih rata-rata sekitar Rp. 62.789.833 per tahun. Data rata-rata biaya total tersebut menunjukkan semakin luas lahan tambak budidaya rumput laut maka semakin tinggi biaya yang dikeluarkan oleh pembudidaya. Sementara itu, untuk mencapai laba yang besar dalam usaha budidaya ini, penting untuk memperoleh pendapatan yang tinggi dan mengurangi biaya pemasaran. Di Muara Sembilang, terdapat satu saluran pemasaran yang mengikuti rantai pemasaran dari produsen ke pedagang pengumpul, pedagang besar, hingga eksportir. Terdapat perbedaan dalam nilai margin, biaya pemasaran, laba, dan efisiensi pemasaran di setiap lembaga pemasaran tersebut. Nilai margin, biaya, dan laba pemasaran tertinggi terdapat pada pedagang besar dengan masing-masing sekitar Rp. 2.500 per Kg, Rp. 5.261.111, dan Rp. 2.260.859 per Kg. Dari hasil perhitungan, efisiensi pemasaran paling tinggi terdapat pada pedagang besar di Kota Samarinda dan Makassar, sekitar 0.011%.

Kata Kunci : Analisis Usaha, Budidaya Rumput Laut (*Gracilaria Sp*), Muara Sembilang

PENDAHULUAN

Industri perikanan masih menjanjikan dan banyak menghasilkan keuntungan, tetapi masih kurang banyak diminati. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, usaha tersebut cukup mendapat perhatian dan diminati oleh masyarakat. Salah satu alasan mengapa masyarakat mulai beralih pada industri perikanan diakibatkan pemesanan produk yang tinggi, termasuk ke bidang usaha perikanan ini adalah karena permintaan terhadap produk perikanan semakin meningkat tidak terkecuali pada produk rumput laut (Riki dkk, 2020).

Rumput laut (*Gracilaria Sp*) merupakan salah satu komoditi unggulan dari sektor perikanan Indonesia yang berpeluang untuk dikembangkan. Indonesia memiliki 555 jenis rumput laut dan sebagian besar dikirim luar negeri dalam olahan maupun rumput laut kering. Semakin

tingginya permintaan ekspor terhadap komoditas ini, maka memunculkan budidaya maupun pengindustrian rumput laut (KKP, 2022).

Industri rumput laut pasti didomunikasi oleh faktor finansial, meliputi biaya operasional, biaya investasi, pemeliharaan, dan harga jual (Amir dkk, 2022). Perkembangan dalam konsumsi suatu produk perikanan perlu ditangkap sebagai kesempatan, maka setiap pelaku usaha sebagai pelaku usaha perikanan harus teliti dalam mengelola industri budidaya rumput laut (Burdames, 2022).

Tanjung Sembilang merupakan suatu daerah yang secara administrasi masuk dalam Kelurahan Muara Sembilang, Kecamatan Samboja. Industri lokal disana telah didominasi dari sektor perikanan, meliputi perikanan budidaya dan tangkap. Dengan dugaan rerata produksi hingga 679.000 kg (679 ton) per tahun dari analisis usaha kajian lama, sementara Kecamatan Samboja dapat memproduksi 903 ton per tahun 2021. Cakupan wilayah Kecamatan Samboja, meliputi Pemedas, Tanjung Sembilang, dan Muara Sembilang.

Tanjung Sembilang berpotensi untuk industri perikanan, salah satunya rumput laut (*Gracilaria* sp) atau Cango-cango/sango-sango dengan sistem polikultur dalam tambak (Kementrian Kelautan dan Perikanan, 2022). Hal ini sesuai dengan hasil kajian Huda dkk (2021). Berdasarkan kajian yang dilakukan oleh Wahyudi dkk (2023) diketahui potensi hasil olahan produk ikan bandeng (*Chanos-chanos*) menjadi amplang cukup tinggi, yakni mencapai harga sebesar Rp 4.285/Bungkus.

Ketersediaan informasi dan data tentang industri budidaya rumput laut (*Gracilaria* sp) di Tanjung Sembilang Kelurahan Muara Sembilang penting ditinjau dari aspek ekonominya sangat penting bahwa adanya perubahan dalam enam tahun terakhir, sebab penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Riki dkk (2020), menyebutkan profit yang diraih dari industri lokal ini Tanjung Sembilang sebesar Rp4.082.778. Berkaitan dengan hal tersebut maka dirasa perlu dilakukan suatu kajian dengan judul "Analisis usaha budidaya rumput rumput (*Gracilaria* sp) di Tanjung Sembilang Kelurahan Muara Muara Sembilang Kecamatan Samboja.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilakukan dalam kurun waktu enam bulan dari Oktober 2023 sampai dengan Maret 2024. Tempat penelitian berada di Tanjung Sembilang, Kelurahan Muara Sembilang, Kecamatan Samboja.

Hasil observasi di lokasi tersebut diketahui jumlah populasi pembudidaya tambak rumput laut (*Gracilaria* sp) sebanyak 2 orang, maka pengambilan sampel yang dipilih dalam kajian ini memakai metode sensus atau sampel jenuh yang mana seluruh anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Sugiyono (2022) menyatakan bila semua anggota suatu populasi diambil sebagai sampel, disebut menggunakan metode khusus.

Penelitian ini yang diperoleh dari penelitian akan diolah dan dianalisis kemudian disajikan dalam bentuk tabel dan uraian. Soekartawi (1995), mejabarkan Jenis analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Analisis Rugi/Laba (Biaya, Penerimaan dan Pendapatan)
 - a. Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan produk, adapun rumus yang dapat yang dipakai dengan tujuan biaya produksi, yaitu:

$$TC = TFC + TV$$

Dimana :

TC (Total Cost) = Total biaya (Rp/tahun)

TFC (Total Fixed Cost) = Total biaya tetap (Rp/tahun)

TVC (Total Variabel Cost) = Total biaya variabel (Rp/tahun)

- b. Penerimaan adalah perhitungan semua transaksi dengan mengestimasi semua perdagangan pada harga spesifik, rumus yang digunakan:

$$TR = P \times Q$$

Dimana :

TR (Total Revenue) = Total Penerimaan (Rp/tahun)

P (price) = Harga (Rp/Kg)

Q (Quality) = Total produksi (Kg/tahun)

- c. Besaran penghasilan yang didapatkan pada suatu industri, maupun rumus perhitungan guna pendapatan, yakni:

$$I = TR - TC$$

Dimana :

I (Income) = Pendapatan (Rp/tahun)

TR (Total Revenue) = Total Penerimaan (Rp/tahun)

TC (Total Cost) = Total biaya (Rp/tahun)

2. Analisis *Revenue Cost Rasio* (RCR)

Revenue Cost Rasio (RCR) adalah perbandingan antara total penerimaan dengan biaya.

$$RCR = \frac{TR}{TC}$$

Dimana :

TR (Total Revenue) = Total penerimaan (Rp/tahun)

TC (Total Cost) = Total biaya (Rp/tahun)

3. Analisis Pemasaran,

Sesuai keseluruhan data dihimpun, dikaji guna mendapatkan maksud kajian yang berkaitan dengan pemasaran. Kajian dilaksanakan dengan maksud mendapatkan informasi tentang

struktur pasar, saluran pemasaran, margin pemasaran, dari penerimaan pembudidaya/produsen (keuntungan dan biaya, *farmer's share*, efisiensi pemasaran). Dalam mendapatkan maksud utama, yaitu saluran pemasaran, struktur pasar, dan lembaga pemasaran, maka dapat dilakukan analisis deskriptif melalui tiap-tiap lembaga pemasaran. Melalui maksud kedua, yakni margin pemasaran berdasarkan Hanafie (2010), yaitu:

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan:

MP = Margin Pemasaran (Rp)

Pr = Harga di tingkat pengecer (Rp)

Pf = Harga di tingkat petani (Rp)

Margin pemasaran juga bisa didapat dengan cara menambahkan keuntungan lembaga pemasaran dengan biaya yang dikeluarkan. Dapat ditulis secara matematis sebagai berikut:

$$M = \Pi + CM$$

Keterangan:

M = Margin pemasaran

Π = Keuntungan lembaga pemasaran

CM = Biaya yang dikeluarkan oleh Lembaga

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kelurahan Muara Sembilang

Kelurahan Muara Sembilang sebagai salah satu wilayah Kecamatan Samboja, Kabupaten Kutai Kartanegara dengan luas 2.216 Ha atau 98 Km² dimana diliputi setengah lebih dataran rendah lalu sisanya berada di daerah pesisir. Jumlah penduduk Kelurahan Muara Sembilang terdiri atas 1.148 jiwa berjenis kelamin laki-laki dan 1.088 jiwa berjenis

kelamin perempuan, dan tersebar pada 14 (empat belas) Rukun Tetangga. Adapun Kelurahan Muara Sembilang berbatasan dengan wilayah sebagai berikut :

- Sebelah Utara : Kelurahan Teluk Dalam, Kecamatan Muara Jawa
- Sebelah Barat : Kelurahan Handil Baru Darat, Kecamatan Samboja
- Sebelah Selatan : Selat Makassar
- Sebelah Timur : Kelurahan Muara Jawa Ilir, Kecamatan Muara Jawa

Kelurahan Muara Sembilang terdiri dari 4 wilayah yaitu Handil Penghulu, Gunung Habang, Tanjung Sembilang, dan Handil Idum. Selain itu, topografi Muara Sembilang memiliki karakteristik yang unik, dengan persentase sekitar 35% lahan datar, 30% dataran rendah berbatu, dan gambut dan 35% pesisir. Tipe tanah berwarna kecoklatan dengan tekstur tanah lampungan dan kekukuningan (Monografi Muara Sembilang, 2024).

B. Identitas Responden

Merujuk dari informasi wawancara terhadap dua pembudidaya rumput laut di Kelurahan Muara Sembilang yang dijadikan narasumber, maka identitas mereka diutamakan dalam kajian ini, meliputi usia dan dan tingkat pendidikan.

1. Usia narasumber

Pembudidaya rumput laut di Kelurahan Muara Sembilang yang menjadi responden atau pun narasumber termasuk dalam usia rerata 46-51 tahun dan 52-57 tahun. Dan kedua responden ini termasuk dalam kelompok penduduk yang produktif.

2. Tingkat Pendidikan

Responden seluruhnya berpendidikan Sekolah Dasar (SD), sehingga dapat dikatakan bahwa tingkat pendidikannya masuk dalam katagori Rendah. Hal ini dikarenakan tingkat pendidikan formal mempengaruhi kondisi pengetahuan (*knowledge*) yang bersifat keterampilan (*skill*) dan teknis dalam melakukan kegiatan yang produktif. Selanjutnya, kondisi teknis dan keterampilan berpengaruh dalam penerimaan informasi.

C. Profil Usaha Budidaya Rumput Laut (*Gracilaria Sp*)

1. Teknik Budidaya

Berdasarkan hasil survei ternyata usaha budidaya rumput laut jenis *Gracilaria sp.* yang dilakukan oleh petambak di Muara Sembilang ini merupakan inisiatif sendiri yang bertujuan untuk memproduksi rumput laut berkualitas tinggi untuk memenuhi permintaan pasar. Muara Sembilang dipilih karena kondisi lingkungan yang mendukung pertumbuhan rumput laut yang optimal.

Muara Sembilang merupakan wilayah pesisir yang memiliki kondisi lingkungan yang cocok untuk budidaya rumput laut (dapat disesuaikan dengan lokasi sesungguhnya).

Jenis Rumput laut *Gracilaria sp* pada saat ini sering digunakan dalam industri makanan, kosmetik, farmasi, dan lainnya. Rumput laut ini memiliki karakteristik pertumbuhan yang cepat dan mudah diolah.

Cara teknik budidaya di tambak (Ariyanto, .2024):

- a. Pembibitan: Memilih bibit unggul dari rumput laut *Gracilaria sp.* yang berpotensi memiliki tingkat pertumbuhan yang sehat;
- b. Persiapan Tambak: Persiapan tambak dilakukan dengan membersihkan dan mempersiapkan lahan tambak yang sesuai dengan kebutuhan rumput laut. Hal ini mencakup pemantauan kualitas air dan kondisi lingkungan.
- c. Penanaman: Penanaman bibit rumput laut dilakukan secara teratur dan merata di dalam tambak. Perawatan tambak dilakukan untuk memastikan bahwa lingkungan mendukung dalam perkembangan rumput laut.
- d. Pemeliharaan: Meliputi pemantauan kondisi air, pemupukan yang sesuai, pengendalian hama dan penyakit, serta pemeliharaan kebersihan tambak secara berkala.
- e. Pemanenan: Dilakukan secara berkala sesuai dengan siklus pertumbuhan rumput laut. Pemanenan dilakukan dengan hati-hati untuk memastikan kualitas produk yang optimal.

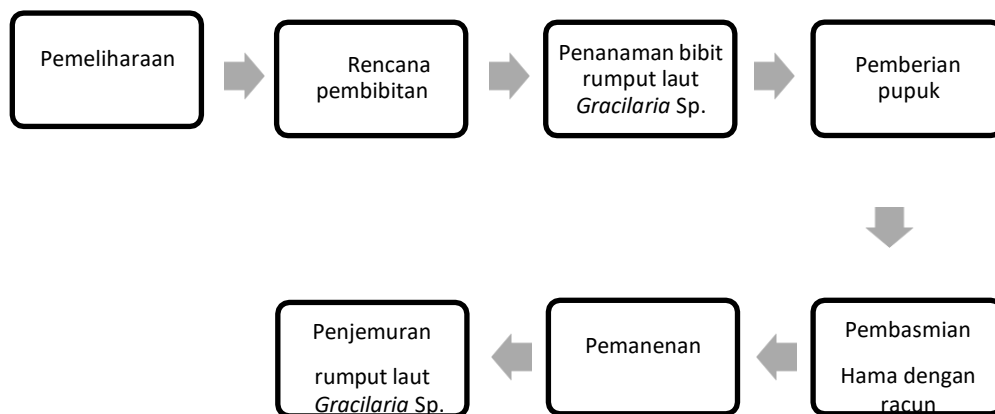
2. Pasar dan Pemasaran

- a. Identifikasi Pasar: Menganalisis pasar potensial untuk rumput laut *Gracilaria* sp. di setiap level lokal hingga internasional;
- b. Pemasaran: Melakukan promosi produk melewati melewati berbagai saluran media, expo industri, dan kerjasama dengan distributor dan pedagang lokal.
- c. Kemitraan: Membangun kemitraan dengan perusahaan-perusahaan yang membutuhkan rumput laut *Gracilaria* sp. untuk produk mereka, seperti perusahaan makanan, kosmetik, dan farmasi.

3. Manfaat dan Keunggulan Produk

- a. Rumput laut *Gracilaria* sp. memiliki nilai gizi tinggi dan banyak digunakan dalam berbagai produk industri. Produk ini dikenal akan kandungan nutrisinya yang baik untuk kesehatan dan kecantikan.
- b. Keunggulan produk ini terletak pada kualitasnya yang terjaga, serta proses budidayanya yang ramah lingkungan dan berkelanjutan.

Budidaya rumput laut *Gracilaria* sp. tambak di Muara Sembilang merupakan peluang bisnis yang menjanjikan. Dengan penerapan teknik budidaya yang benar dan strategi pemasaran yang efisien, usaha ini memiliki potensi untuk berkembang dan berkontribusi bagi perekonomian masyarakat lokal.



Gambar 1. Tahapan Budidaya Rumput Laut

Masyarakat Muara Sembilang sebagian merupakan pembudidaya budidaya rumput laut *Gracilaria sp.* tambak yang melakukan proses tahapan kegiatan budidaya seperti pada Gambar 1.

Aspek-aspek yang perlu dipertimbangkan pada budidaya rumput laut meliputi penentuan tempat yang sesuai syarat dengan tipe rumput laut yang dipilih. Selain itu, seleksi bibit, pengadaan bibit, serta teknik penanaman bibit yang sesuai, metode budidaya yang optimal, serta pemeliharaan selama musim tanam juga merupakan faktor yang penting. Terakhir adalah teknik pemanenan dan bagaimana penanganan pascapanen yang benar juga harus dipertimbangkan.

1. Biaya Investasi

Nilai rerata biaya investasi oleh pembudidaya rumput laut *Gracilaria sp.* tambak di Muara Sembilang, dapat dilihat pada Tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1. Rata-rata dari 2 responden petambak rumput laut berupa biaya Investasi Usaha Budidaya Rumput Laut *Gracilaria sp.* Tambak

No.	Jenis Investasi	Rata-rata Biaya Investasi Berdasarkan Luas Lahan Tambak (Rp)		
		<1 Ha	1-2 Ha	2-3 Ha
1.	Lahan	91.666.667	200.000.000	310.000.000
2.	Pintu Air	7.000.000	8.210.526	11.500.000
3.	Gabus	1.000.000	1.473.684	1.750.000
4.	Jaring	210.000	197.895	312.500
5.	Alat penjemuran dari-dari	2.500.000	3.536.842	3.750.000
6.	Papan Penutup Pintu Air	480.000	980.000	540.000
7.	Kapal	2.333.333	2.247.368	1.750.000
Total		105.190.000	216.646.315	329.602.500

Sumber : Data Primer, 2024

2. Biaya Produksi

a. Biaya Tetap (*Fixed cost*)

Rerata biaya tetap yang dikeluarkan oleh pembudidaya rumput laut *Gracilaria sp.* di Muara Sembilang, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Rerata Biaya Tetap Pada Usaha Budidaya Rumput Laut *Gracilaria sp.*

No.	Jenis Investasi	Biaya Tetap (Rp/tahun)		
		<1 Ha	1-2 Ha	2-3 Ha
1.	Pajak Lahan	120.000	161.842	566.667
2.	Pintu Air	700.000	852.632	1.150.000
3.	Gabus	200.000	294.737	425.000
4.	Jaring	210.000	101.316	100.000
5.	Alat penjemuran dari-dari	500.000	812.632	812.500
6.	Papan Penutup Pintu Air	186.667	255.526	146.000
7.	Kapal	525.000	486.316	350.000
Total		2.441.667	2.965.000	3.550.167

Sumber : Data Primer, 2024

b. Biaya Tidak Tetap (*Variable cost*)

Jenis dan rerata biaya variabel usaha budidaya rumput laut *Gracilaria sp.* di Muara Sembilang dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini :

Tabel 3. Rerata Biaya Tidak Tetap Pada Usaha Budidaya Rumput Laut *Gracilaria sp.*

No.	Jenis Biaya Tidak Tetap	Rerata Biaya Tidak Tetap (Rp/tahun)		
		<1 Ha	1-2 Ha	2-3 Ha
1.	Bibit	16.320.000	30.568.421	37.200.000
2.	Bensin	400.000	640.000	660.000
3.	Pupuk	1.600.000	1.894.737	2.400.000
4.	Racun Hama	400.000	505.263	800.000
5.	Upah Tenaga Kerja	11.200.000	17.936.842	35.000.000

6.	Kebutuhan Pokok	3.200.000	3.368.421	4.600.000
Total		33.120.000	54.913.684	80.660.000

Sumber : Data Primer, 2024

3. Biaya Total (*Total cost*)

Biaya produksi total pada usaha budidaya rumput laut *Gracilaria sp.* di Muara Sembilang dalam satu tahun diperoleh nilai sebesar Rp84.210.167. lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini :

Tabel 4. Rerata Total Usaha Budidaya Rumput Laut *Gracilaria sp.*

No.	Jenis Biaya Total	Rerata Biaya Total (Rp/tahun)		
		<1 Ha	1-2 Ha	2-3 Ha
1.	Biaya Tetap	2.441.667	2.965.000	3.550.167
2.	Biaya Variabel	33.120.000	54.913.684	80.660.000
Total		35.561.667	57.878.684	84.210.167

Sumber : Data Primer, 2024

4. Analisis Keuntungan

a. Penerimaan

Penerimaan pada usaha budidaya tambak rumput laut *Gracilaria sp.* tambak di Muara Sembilang pada masing-masing luasan lahan berbeda dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. Rerata Penerimaan Usaha Budidaya Rumput Laut *Gracilaria sp.* Tambak

No.	Kategori Luas (Ha)	Rerata Penerimaan Usaha	
		Jumlah produksi (Ton/Tahun)	Penerimaan (Rp/Tahun)
1.	<1	11	47.040.000
2.	1 – 2	18.4	77.103.158

1.	Pembudidaya	0	4.200	-
2.	Pedagang Pengumpul	4.200	5.500	1.300
3.	Pedagang Besar	5.500	8.000	2.500

Sumber : Data Primer, 2024

6. Biaya Pemasaran

Biaya pemasaran pada usaha budidaya rumput laut ini terdiri atas biaya transportasi, bahan bakar minyak, kemasan, tenaga kerja, serta biaya tak terduga. Total biaya pemasaran rata-rata sebesar Rp5.261.111 pada pedagang besar dan Rp1.940.000. pada pedagang pengumpul. Lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 8 berikut :

Tabel 8. Rerata Biaya Pemasaran Rumput Laut *Gracilaria sp* Pada setiap Lembaga Pemasaran

No.	Jenis Biaya Pemasaran	Lembaga Pemasaran	
		Pedagang Pengumpul	Pedagang Besar
1.	Transportasi	892.857	3.788.889
2.	Solar	30.000	-
3.	Tenaga Kerja	892.857	1.306.667
4.	Kemasan	95.715	165.555
5.	Pengeluaran tidak terduga	28.571	-
	Total Pengeluaran	1.940.000	5.261.111

Sumber : Data Primer

7. Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran dari lembaga pemasaran pada komoditi rumput laut di Muara Sembilang oleh pedagang pengumpul dinyatakan sebesar Rp. 1,150.769 per kilogram. Adapun oleh pedagang besar keuntungan yang didapat sebesar Rp. 2,260.859 per kilogram. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, menunjukkan bahwa keuntungan yang

paling tinggi diperoleh oleh lembaga pemasaran pedagang besar dengan besaran keuntungan sebesar Rp. 2,260.859 per kilogram.

8. Efisiensi Pemasaran

Berdasarkan hasil analisis diketahui kedua lembaga pemasaran rumput laut *Gracilaria sp.* yang terdapat di Muara Sembilang termasuk dalam kategori efisien, ditunjukkan dengan nilai pada masing-masing sebesar 0.027% dan 0.011%. Hal tersebut termasuk efisien karena nilai E_p (Efisiensi Pemasaran) yang diperoleh berada pada $<1\%$, yang artinya bahwa perbandingan antara biaya pemasaran yang dikeluarkan cukup minimal dibanding dengan besarnya keuntungan yang diperoleh dari total nilai produk rumput laut yang dipasarkan.

9. Saluran dan Lembaga Pemasaran Rumput Laut *Gracilaria sp.*

a. Saluran Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, hanya terdapat satu bentuk saluran pemasaran di Muara Sembilang adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Saluran Pemasaran Rumput Laut *Gracilaria Sp* Di Muara Sembilang

Saluran pemasaran punya peran yang cukup penting, sebab banyak pembudidaya yang tidak memiliki kecukupan secara finansial atau modal maupun juga skill yang baik untuk melakukan kegiatan sebagai lembaga pemasaran. Penelitian terdahulu oleh Safrini (2023) di Kecamatan Malangke Barat, menjelaskan bahwa terdapat 2 (dua) saluran pemasaran. Saluran pemasaran pertama meliputi pembudidaya lalu kepedagang pengumpul kemudian ke pedagang besar dan berakhir di eksportir. Sedangkan pada saluran kedua alur

pemasarannya adalah diawali oleh petani kemudian ke pedagang besar dan terakhir ke eksportir. Saluran II ini tanpa melalui pedagang pengumpul, sebab pedagang besar yang memang telah memiliki modal lebih besar serta pengalaman usaha yang lebih baik bisa mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

Terdapat perbedaan dari hasil penelitian terdahulu oleh Safrini (2023), di Kecamatan Malangke Barat, Kabupaten Luwu Utara yang memiliki 2 (dua) saluran pemasaran. Pada penelitian ini dijelaskan bahwa hanya terdapat 1 (satu) saluran pemasaran saja. Penyebab hal tersebut karena adanya hubungan keterkaitan bantuan permodalan yang diberikan oleh pihak pembeli rumput laut atau ponggawa (pedagang pengumpul) kepada pihak pembudidaya. Hal tersebut berlaku sama baik dari pembudidaya kepada pedagang pengumpul maupun dari pengumpul kepada pedagang besar.

10. Lembaga Pemasaran Rumput Laut (*Gracilaria sp.*) di Muara Sembilang

a. Produsen/Pembudidaya

Berdasarkan hasil penelitian diketahui masa pemeliharaan rumput laut *Gracilaria sp.* oleh para pembudidaya di Muara Sembilang selama 45 hari per satu kali panen atau 1,5 bulan. Dengan demikian, dalam waktu satu tahun pembudidaya bisa melakukan panen kurang lebih sebanyak delapan kali dari rumput laut *Gracilaria sp.*

Pemasaran rumput laut *Gracilaria sp.* pada umumnya para pembudidaya menjual hasil produksinya kepada pedagang pengumpul langganannya, hal ini disebabkan karena adanya keterikatan diantara pembudidaya dan pedagang pengumpul berupa panjar ke pedagang pengumpul diawal sebelum melakukan proses pemanenan. Pembudidaya menjual hasil produksi rumput laut langsung kepada pedagang pengumpul dengan cara mengemas rumput laut tersebut kedalam karung besar dan menimbanginya. Hal ini menjadikan pembudidaya tidak akan menanggung biaya pemasaran karena pedagang pengumpul yang langsung ke lokasi tambak.

b. Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul merupakan salah satu lembaga pemasaran yang berkegiatan membeli dan menjual Kembali produk rumput laut *Gracilaria sp.* Dengan cara langsung membelinya dari pembudidaya lalu menjualnya kembali kepada pedagang besar dengan peralatan transportasi laut yakni kapal. Harga dari rumput laut *Gracilaria sp.* diputuskan oleh pedagang sesuai dengan kualitas rumput laut saat proses pembelian. Pedagang pengumpul dapat memberikan harga tinggi karena kondisi rumput laut yang sangat kering dan bersih. Cara pembayaran pun dilakukan secara tunai dalam kurun waktu paling lama 1 minggu usai pedagang pengumpul mengambil rumput laut dari tambak.

Pedagang pengumpul pada lembaga pemasaran usaha budidaya rumput laut dalam penelitian ini telah melakukan fungsi pemasaran diantaranya fungsi fisik, fungsi pertukaran serta fungsi pelancar (Sudaryono, 2016). Fungsi pertukaran, adalah kegiatan aktivitas jual beli; Fungsi pengadaan fisik ditunjukkan dengan kegiatan pengangkutan dan penyimpanan. Sedangkan, fungsi pelancar kegiatan pemasaran dijelaskan dengan melakukan penanggungan resiko saat ombak besar pada saat proses mengangkut rumput laut ke pedagang besar. Jika tenaga kerja bermasalah dengan kendala tersebut, maka beban kapal harus dikurangi dengan membuang sejumlah rumput laut dari kapal sehingga pedagang pengumpul akan mengalami kerugian finansial.

c. Pedagang Besar

Pedagang besar merupakan lembaga pemasaran yang melakukan proses penjualan rumput laut *Gracilaria sp.* kepada eksportir dengan terlebih dahulu melakukan kegiatan pembelian rumput laut dari pedagang pengumpul. Adapun pihak eksportir berada di Kota Samarinda dan Makassar. Proses pengangkutan produk rumput laut menggunakan kapal laut serta kendaraan darat. Pedagang besar yang punya gudang untuk menyimpan stok rumput laut sebelum diproses kembali dan dijual ke eksportir. Pedagang besar memiliki dua

tugas dalam pemasaran, yaitu tugas menukar barang dan tugas mengatur barang secara fisik. Fungsi pertukaran terdiri atas transaksi dari komoditas rumput laut. Selanjutnya fungsi pengadaan fisik dilakukan dengan penyimpanan dan pengangkutan. Tahapan dalam produksi pedagang besar sebelum dikirim ke eksportir, yakni:

1. Proses penjemuran *Gracilaria sp.*,
2. Proses Pengepukan,
3. Proses Pengemasan.

KESIMPULAN

Luasan lahan budidaya kurang dari 1 Hektar (Ha) menghasilkan rerata biaya total kurang lebih sebesar Rp35.561.667 per tahun. Keuntungan rerata yang diperoleh pembudidaya sebesar Rp11.478.333 per tahun. Selanjutnya pada luasan lahan budidaya 1-2 Hektar (Ha), menghasilkan rerata biaya total kurang lebih sebesar Rp57.878.684 per tahun dengan keuntungan rerata sebesar Rp19.224.474 per tahun. Sedangkan pada lahan tambak 2-3 Hektar (Ha), menghasilkan rerata biaya total dengan sebesar Rp84.210.167 per tahun dengan keuntungan rerata yang diperoleh kembali sebesar Rp62.789.833 per tahun. Hal ini menjelaskan semakin luas lahan budidaya tambak yang dimiliki oleh pembudidaya, maka akan semakin tinggi biaya yang dikeluarkan. Terdapat satu saluran pemasaran yang dilalui oleh produk rumput laut yaitu dari pembudidaya ke pedagang pengumpul, pedagang besar, hingga eksportir. Nilai margin, biaya, dan laba pemasaran tertinggi terdapat pada pedagang besar dengan nilai masing-masing sebesar Rp2.500 per Kg, Rp5.261.111, dan Rp2.260.859 per Kg. Nilai efisiensi pemasaran paling tinggi diperoleh sebesar 0,011% yakni pada pedagang besar di Kota Makasar dan Samarinda.

SARAN

1. Perlu peningkatan kolaborasi antara pemerintah, lembaga riset, dan pelaku industri untuk membangun infrastruktur yang mendukung, seperti pusat pemrosesan dan distribusi. Dengan infrastruktur yang memadai, hasil panen dapat diproses secara efisien dan dijual ke pasar dengan harga yang bersaing, meningkatkan pendapatan para petambak khususnya di Muara Sembilang.
2. Perlu dilakukan program pelatihan dan pendampingan yang intensif bagi petani tambak laut di Muara Sembilang. Pelatihan ini harus mencakup teknik budidaya yang inovatif, manajemen tambak yang efisien, dan pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan. Dengan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani, produktivitas dan kualitas hasil panen dapat ditingkatkan.
3. Memastikan keberlanjutan usaha budidaya tambak rumput laut *Gracilaria* sp., penting untuk mendorong praktik budidaya yang ramah lingkungan terutama bagi petambak di muara Sembilang. Hal ini dapat dilakukan dengan memperkenalkan teknologi hijau, seperti penggunaan sistem pengolahan limbah dan pemupukan organik, untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Dengan demikian, tidak hanya keberlanjutan usaha ini terjamin, tetapi juga dapat meningkatkan citra produk tambak rumput laut *Gracilaria* sp. sebagai produk yang ramah lingkungan di mata konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, A. A. A. ., Sugiharto, E. ., & Syafril, M. (2022). Analisis Kelayakan Finansial Usaha Budidaya Rumput Laut (*Euclima Cottonii*) Di Kelurahan Pantai Amal Kecamatan

- Tarakan Timur Kota Tarakan. *Jurnal Perikanan Unram*, 12(4), 670–680.
<https://doi.org/10.29303/jp.v12i4.394>
- Ariyanto, Joko, 2024. Budidaya Rumput Laut. PT Duta Pustaka Indonesia.
- Burdames. 2022. Arakan, Kondisi Lingkungan Perairan BUdi Daya Rumput Laur di Desa.
2022. 69-75, Kabupaten Minahasa Selatan : Bududaya Perairan, Vol. 2(3). ISBN.
- Huda, dkk (2021) M. Analisis Usaha Budidaya Tambak Polikultur dan Tingkat Kesejahteraan
Masyarakat Petambak Di Kelurahan Muara Sembilang Kecamatan Samboja
Kabupaten Kutai Kartanegara. *Jurnal Pembangunan Perikanan Dan Agribisnis (Journal
Of Fisheries Development And Agribusiness)*,
- KKP. 2022. *Rumput Laut, Komoditas Penting*
Yan[https://kkp.go.id/djpdspkp/bbp2hp/artikel/14127-rumput-laut-komoditas-penting-
yang-belum-dioptimalkan](https://kkp.go.id/djpdspkp/bbp2hp/artikel/14127-rumput-laut-komoditas-penting-yang-belum-dioptimalkan). [Diakses pada tanggal 23 Maret 2022 .
- KKP. 2022. *Tingkatkan Pertumbuhan Ekonomi, KKP Komitmen Genjot*
[https://kkp.go.id/djpb/artikel/32618-tingkatkan-pertumbuhanekonomi-kkp-komitmen-
genjot-produksi-rumput-laut](https://kkp.go.id/djpb/artikel/32618-tingkatkan-pertumbuhanekonomi-kkp-komitmen-genjot-produksi-rumput-laut) . Diakses pada tanggal 18 Maret 2022.
- Monografi Desa Muara Sembilang, 2024 Monografi Desa Muara Sembilang. Kutai
Kartanegara
- Riki., Syafril, M., Haqiqiansyah, G., 2020. Analisis Finansial Usaha Budidaya Rumput Laut
(Gracilaria sp) Di Tanjung Sembilang Kecamatan Samboja. *Jurnal Pembangunan
Perikanaan dan Agribisnis*. 7(2). 144-153
- Safrini, Dian 2023. *The Study of Seaweed Pond Cultivation (Gracilaria sp.) in West Malangke District,
North Luwu Regency*
- Sudaryono, Manajemen Pemasaran. Teori dan Implementasi. Edisi. Pertama, Yogyakarta:
CV Andi. Offset, 2016.
- Soekartawi, 1995. Analisis Usaha Tani. UI Press Jakarta.
- Sugiyono. 2022. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta,
2022. ISBN.

Wahyudi, dkk. (2023). Analisis Usaha Pengolahan Amplang Ikan Bandeng (*Chanos chanos*)
Di Kelurahan Muara Sembilang Kecamatan Samboja Kabupaten kutai
Kartanegara. *Jurnal Pembangunan Perikanan dan Agribisnis*, 10(2).