

Strategi Bauran Pemasaran Rumput Laut *Eucheuma cottoni* di Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep

Herlinawati*, Muhammad Bibin, dan Damis

Program Studi Ilmu Perikanan, Fakultas Sain dan Teknologi, Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang, Jln. Angkatan 45 No 1A, Lautang Salo-Rappang, Kabupaten Sidenreng Rappang, 91651, Makassar

*e-mail korespondensi: herlinanonoy2@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

Diterima : 04 Mei 2023
Disetujui : 11 Juni 2023
Terbit Online : 13 Juni 2023

Key Words:

Cultifation
Euchuma Cottoni
Seaweed
Marketing

ABSTRACT

This study aims to determine the marketing mix strategy for Eucheuma cottoni seaweed in Mandalle District, Pangkep Regency. This seaweed is one of the main commodities of Pangkep Regency from the fisheries sector. The main obstacles faced by seaweed cultivators are marketing and price stability. This research is important as information material for cultivators, entrepreneurs and the government in pursuing this business. The research was conducted from December to February 2023, in Mandalle District, Pangkep Regency. The study population consisted of all 207 Eucheuma cottoni cultivators. Determination of the number of samples using the slovin formula with the number of samples selected 70 people. To find out which cultivators were sampled, a simple random sampling technique was used. Data collection was carried out using interviews, observation, questionnaires, and focus group discussions. Data analysis using SWOT analysis. The results showed that the new marketing of Eucheuma cottoni seaweed in Mandalle sub-district, namely: continuing to provide seeds at affordable prices and providing counseling in stages, optimizing seaweed production, increasing the potential of seaweed already exist, provide training in stages, expand, and maintain marketing networks, increase product selling prices and access to capital.

PENDAHULUAN

Rumput laut merupakan Perikanan unggulan Sulawesi Selatan, mungkin bisa menghidupi perekonomian daerah namun belum dimanfaatkan secara ideal. Ada dua jenis pertumbuhan laut yang dominan yang diciptakan melalui kombinasi program pembaruan dan proyek provinsi, yaitu *Gracilaria verrucosa* dan *Eucheuma cottoni* (Badan Pusat Statistik, 2021).

Sulawesi Selatan, memiliki potensi pengembangan rumput laut seluas 250 ribu hektare sepanjang 1.973 kilometer garis pantai, namun baru 15 hingga 25 persen dari potensi tersebut yang termanfaatkan hingga saat ini. Sulawesi Selatan merupakan provinsi penghasil rumput laut terbanyak di dunia, nomor dua setelah Chili. *Gracilaria sp* memiliki potensi kapasitas produksi sebesar 320.000 ton, dan *Eucheuma cottoni* memiliki potensi kapasitas produksi sebesar 465.000 ton. Tumbuhan ini dapat ditemukan di beberapa kabupaten pesisir di Sulawesi Selatan. Salah satu daerah di Sulawesi Selatan yang memiliki potensi pertumbuhan rumput laut *Eucheuma cottoni* adalah Kecamatan Mandalle. Kecamatan Mandalle merupakan salah satu sub-kawasan di tepi selatan Kabupaten Pangkep yang memiliki luas 1.126 hektar dengan kondisi geologi kawasan secara keseluruhan berupa dataran rendah dengan ketinggian 25

meter di atas permukaan laut dan suhu udara normal 20 derajat Celcius. Dengan curah hujan mencapai 172,90 mm/bulan. Area tambak dan pesisir Kecamatan Mandalle cocok untuk budidaya rumput laut *Eucheuma cottoni* (Asriany, 2017).

Peran pemerintah dalam memberdayakan kemajuan pertumbuhan *Eucheuma cottoni* di kawasan Kecamatan Mandalle telah menunjukkan hasil yang kritis. Selain itu, budidaya rumput laut memberikan pendapatan yang paling cepat bagi petani dengan masa panen yang terjadi setiap satu bulan sekali, dan masyarakat pembudidaya di tambak didorong untuk lebih mengembangkan potensi tersebut. Di Kecamatan Mandalle, wilayah yang berpotensi menghasilkan *Eucheuma cottoni* adalah: Desa Bodie, Desa Mandalle, dan Desa Tammaruppa. Namun produksi *Eucheuma cottoni* di Kecamatan Mandalle terus berfluktuasi (Ade et al., 2020).

Kemajuan pesatnya di sisi produksi diwajibkan dengan menampilkan masalah dan biaya pembudidaya yang rendah. Beberapa elemen diingat telah menambah kualitas barang yang rendah, saluran distribusi yang panjang, biaya transportasi yang tinggi, dan kerentanan biaya. Kualitas *Eucheuma cottoni* yang buruk disebabkan oleh tingginya permintaan pasar domestik dan dunia yang membuat pembudidaya

mengumpulkan cukup pada usia di bawah 45 hari. Hal ini menyebabkan penurunan kualitas barang dan pada akhirnya biaya turun drastis (Damis, 2018).

Faktor lain yang mempengaruhi rendahnya biaya yang diperoleh pembudidaya *Euchuma cottoni* adalah panjang saluran angkut barang yang dibutuhkan. Dari pembudidaya ke pedagang pengumpul atau pedagang lokal, yang kemudian menjualnya ke pedagang antar pulau, diperlukan beberapa langkah untuk menjangkau industri pengolahan dalam negeri dan eksportir. *Euchuma cottoni* dibawa ke industri pengolahan dan ekspor oleh para pedagang antar pulau ini. Biaya yang dikeluarkan setiap pedagang berbeda-beda karena jarak antara pusat produksi dan industri pengolahan. Hal ini menyebabkan rendahnya biaya yang didapat oleh pembudidaya.

Informasi terbaru mengenai masalah pemasaran terungkap pada 1st Indonesia Seaweed Forum (2015) yang menyatukan para produsen rumput laut, klien, dan skolastik. Permasalahan dalam pemasaran diduga terkait dengan faktor kelembagaan, jaringan pemasaran, dan kesenjangan komunikasi antara produsen dan pengguna, menurut rumusan forum tersebut. Misalnya, prosesor percaya bahwa *Euchuma cottoni*. Bahan baku yang dipasok oleh produsen tidak memenuhi kriteria yang diinginkan (kualitas, kuantitas, dan ketepatan waktu) dan dijual dengan harga yang berlebihan. Sementara itu, banyak pembuat atau pembudidaya yang menilai bahwa harga jual yang mereka peroleh seringkali tidak mampu menutupi biaya produksi. Pemasaran rumput laut juga menghadapi kesulitan karena rantai pemasaran yang panjang dari pembudidaya ke eksportir atau industri pengolahan di dalam negeri. Rumput laut telah jatuh harga pada tingkat yang tidak menguntungkan karena panjangnya rantai pemasaran (Nanang, 2019).

Pemerintah provinsi Sulawesi Selatan telah mengatur perbanyak Pengembangan Produk Inkremen (GRATEKS - 2), dimana wilayah perikanan dipisahkan dari udang dan ikan. Rumput laut diharapkan dapat memanfaatkan peluang tersebut secara maksimal melalui GRATEKS-2 dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan terkait, mulai dari tingkat provinsi hingga kabupaten. Lebih lanjut Muhammad (2017), mengatakan pergeseran selera konsumen dan banyaknya industri yang menggunakan bahan baku rumput laut terus mendorong peningkatan permintaan produk perikanan dari Indonesia, termasuk rumput laut.

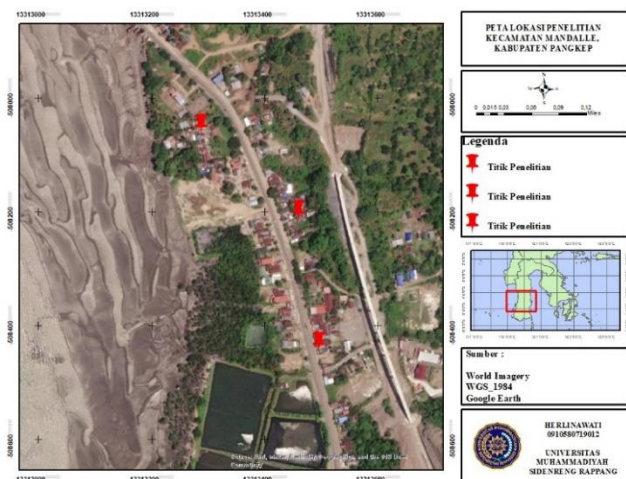
Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi bauran pemasaran rumput

laut *Euchuma cottoni* di Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep.

BAHAN DAN METODE

Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 3 bulan yaitu bulan Desember 2022 sampai Februari 2023 di Kecamatan Mandalle, Kabupaten Pangkep, Provinsi Sulawesi Selatan, Makassar, Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan 3 penitikan dengan stasiun yang berbeda disekitaran Kecamatan Mandalle (Gambar 1). Lokasi penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria sengaja (Purposive sampling) dengan alasan bahwa Kecamatan Mandalle merupakan satu dari tujuh kecamatan pantai di kabupaten pangkep yang memiliki areal pertambakan paling luas serta jumlah pembudidaya *Euchuma cottoni* terbanyak. Wilayah ini mempunyai potensi besar untuk pengembangan budidaya rumput laut *Euchuma cottoni*.



Gambar 1 . Lokasi Penelitian Strategi Bauran Pemasaran Rumput Laut *Euchuma Cottoni*, Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep

Populasi dan sampel

Responden ini adalah Pembudidaya tambak yang pernah atau sedang membudidayakan *Euchuma cottoni*, baik di tambak sendiri maupun dengan menyewa tambak dari orang lain, dijadikan sebagai sampel penelitian. Penentuan jumlah sampel yang dihasilkan oleh pembudidaya *Euchuma cottoni* menggunakan rumus Slovin dikemukakan oleh Sugiyono (2016) mendapatkan 70 pembudidaya *Euchuma cottoni* dari 207 pembudidaya *Euchuma cottoni* di Kecamatan Mandalle. Untuk mengetahui pembudidaya yang menjadi sampel dicari dengan teknik sampling acak sederhana.

Untuk melengkapi data penelitian, peneliti juga mengumpulkan data – data dari responden selain pembudidaya yang merupakan stakeholder

yaitu pedagang pengumpul, pedagang antar pulau eksportir dan industri pengolahan .

Jenis data

Data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer yang dikumpulkan bersumber dari 70 orang responden pembudidaya serta 5 responden dari *Stakeholder Euchuma cottoni* yang menjadi informan dalam penelitian ini.
2. Data skunder berupa data dari dokumen seperti laporan dan bahan dari instansi yang terkait dengan masalah yang diteliti.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Observasi lapangan untuk mengamati secara langsung budidaya *Eucheuma cottoni* di tambak, serta sosial ekonomi dan budaya masyarakat, kelembagaan, dan peraturan di lokasi penelitian.
2. Wawancara Mendalam (*Indepth Interview*) Data individu, prinsip, posisi, dan sudut pandang dari individu yang diwawancarai diperoleh dengan menggunakan teknik wawancara. Jenis pertanyaan terbuka yang digunakan dalam wawancara dipilih dari daftar yang telah disiapkan sebelumnya.
3. Diskusi Kelompok Terfokus (*Focus Group Discussion*) Percakapan pertemuan pusat dipimpin dengan pertemuan lokal pembudidaya pertumbuhan laut, otoritas, organisasi terkait, dan perintis area lokal untuk mendapatkan informasi penting yang lebih luas.

Analisis Data

Adapun analisis data yang digunakan yaitu Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) digunakan untuk menentukan strategi bauran pemasaran rumput laut *Eucheuma cottoni* di Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep. Faktor strategis internal (IFE = *Internal Faktor Evaluation*) diklasifikasikan dan dianalisis sebelum analisis SWOT.

Setelah melakukan klasifikasi dan analisis faktor internal, dilakukan klasifikasi dan analisis faktor eksternal (EFE= *External Faktor Evaluation*).

Analisis SWOT dilakukan untuk melihat dan meningkatkan aspek - aspek kekuatan dan peluang, serta menurunkan aspek - aspek kelemahan dan ancaman.

- a) Kekuatan (*Strenght*) yaitu suatu kenyataan tentang kondisi sumberdaya dan kemampuan yang dimiliki organisasi sebagai pembanding yang positif dalam suatu pasar.
- b) Kelemahan (*Weakness*) yaitu aspek negatif dalam internal organisasi yang dapat mempengaruhi kinerja organisasi.
- c) Peluang (*Opportunities*) yaitu kondisi masa depan dalam suatu lingkungan yang memungkinkan untuk dicapai demi kelangsungan organisasi.
- d) Ancaman (*Threats*) yaitu kondisi yang akan terjadi di masa mendatang, yang secara potensial akan mempengaruhi kelangsungan usaha suatu organisasi, terutama yang bermotif laba.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perumusan Strategi Bauran Pemasaran Di Kecamatan Mandalle

Strategi bauran pemasaran dibuat dalam tiga tahap: tahap input, tahap pencocokan, dan tahap keputusan. Peneliti menggunakan matriks SWOT pada tahap pencocokan, sedangkan matriks IFE dan EFE digunakan pada tahap input ([Meftahudin et al., 2018](#)).

Hasil klasifikasi strategi internal (kekuatan dan kelemahan) pemasaran *Eucheuma cottoni* di Kecamatan Mandalle dapat dilihat pada Table 1.

Tabel 1. IFE (*Internal Factor Evaluation*) matriks faktor strategi internet

Kekuatan	Kelemahan
Harga bibit yang terjangkau	Harga jual produk
Lokasi strategis	Kurangnya teknologi
Kenyamanan dalam pemasaran	Keterbatasan modal
Kualitas rumput laut	Hasil produksi belum optimal
Ketersediaan tenaga kerja	Kurangnya pengetahuan tentang pemasaran

Berdasarkan identifikasi matriks IFE (Internal Faktor Evaluation) dapat diketahui dengan baik kekuatan dan kelemahan pembudidaya *Eucheuma cottoni* di Kawasan Kecamatan Mandalle yang dianggap signifikan ([Putri, 2017](#)). Mengenai hasil pengelolaan data IFE, yang meliputi perhitungan pembobotan dan ranting dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Pembobotan dan ranting matrik IFE (*Internal Factor Evaluation*)

No	Faktor Internal	Bobot	Ranting	Skor
Kekuatan				
1	Harga bibit yang terjangkau	0,14	5.00	0,68
2	Lokasi strategis	0,14	4.00	0,54
3	Kenyamanan dalam pemasaran	0,10	4.00	0,41
4	kualitas rumput laut	0,14	4,50	0,61
5	ketersediaan tenaga kerja	0,14	4.00	0,54
Kelemahan				
1	Harga jual produk	0,08	2.00	0,17
2	Kurangnya teknologi	0,07	1,50	0,10
3	Keterbatasan modal	0,07	2,50	0,17
4	Hasil produksi belum maksimal	0,05	2.00	0,10
5	Tidak pesaing	0,08	2.00	0,17
Total		1.00		3,63

Dengan hasil perhitungan sebesar 0,68 maka kekuatan yang paling berpengaruh terhadap faktor internal pembudidaya *Euchuma cottoni* di Kecamatan Mandalle adalah harga bibit yang terjangkau, seperti yang ditunjukkan oleh hasil matriks IFE dalam pembobotan dan rating pada Tabel 2. Hal ini pada alasannya bibit rumput laut pertama kali dibeli di sebuah perusahaan di Makassar, setelah itu warga Mandalle mengembangkan rumput laut dan hasil pengembangannya dijual dan sebagian dijadikan bibit lagi melalui pembudidaya rumput laut, karena *Euchuma cottoni* memiliki banyak potensi di Kabupaten Mandalle, maka kekuatan ini perlu dipertahankan dan ditumbuhkan. Dengan hasil perhitungan 0,10, maka kelemahan utama pada faktor pembudidaya internal *Euchuma cottoni* di Kecamatan Mandalle adalah tidak adanya teknologi dan sarana pemasaran rumput laut. Hal ini dikarenakan tidak adanya promosi sehingga menyebabkan para pembudidaya *Euchuma cottoni* memasarkan dengan harga yang seadanya.

Perhitungan Matriks IFE untuk pembudidaya *Euchuma cottoni* di Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep diperoleh hasil dengan skor total 3,63 yang menunjukkan bahwa faktor internal cukup besar. Hal ini disebabkan skor tersebut lebih tinggi dari skor standar yaitu

3,50. Skor di bawah 3,50 menggambarkan hubungan yang lemah (Arya et al., 2016).

Hasil dari klasifikasi faktor strategi eksternal (peluang dan ancaman) pemasaran *Euchuma cottoni* di kecamatan mandalle dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. EFE (External Factor Evaluation) matriks faktor strategi eksternal

Peluang	Ancaman
Permintaan yang tinggi	Faktor cuaca
Penyerapan tenaga kerja	Penentuan harga
Kerja sama dengan pihak lain	Keterbatasan pasar
Bantuan pemerintah	Hama dan penyakit
Tidak adanya pesaing	

Berdasarkan identifikasi matriks EFE tersebut dapat diketahui faktor-faktor peluang dan ancaman petani rumput laut di Kecamatan Mandalle yang dianggap penting (Muhammad, 2017). Adapun hasil pengolahan data EFE yang berisi perhitungan pembobotan dan ranting dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Pembobotan dan ranting matrik EFE (*External Factor Evaluation*)

No	Faktor Eksternal	Bobot	Ranting	Skor
Peluang				
1	Permintaan yang tinggi	0,17	5.00	0,87
2	Penyerapan tenaga kerja	0,16	4,50	0,70
3	Kerja sama dengan pihak lain	0,15	4,20	0,61
4	Bantuan pemerintah	0,12	3,50	0,42
5	Tidak ada pesaing	0,14	4.00	0,55
Ancaman				
1	Faktor cuaca	0,06	1,50	0,09
2	Penentuan harga	0,09	2,50	0,22
3	Keterbatasan pasar	0,07	2.00	0,14
4	Hama dan penyakit	0,05	2,50	0,13
Total		1.00		3,72

Hasil matriks EFE dalam pembobotan dan rating pada Tabel 4 menunjukkan bahwa peluang yang paling besar terhadap faktor eksternal pembudidaya *Euchuma cottoni* di Kecamatan Mandalle adalah jumlah ekspor rumput laut yang meningkat dengan hasil perhitungan sebesar perubahan gaya hidup masyarakat dengan hasil perhitungan sebesar 0.87. petani rumput laut di Kecamatan Mandalle ini menghasilkan *Euchuma cottoni* sebesar 10 ton/bulan. Dan ancaman utama adalah faktor cuaca dengan hasil perhitungan sebesar 0.09 menyebabkan produksi rumput laut ini menurun. Faktor cuaca ini seperti terjadi nya curah hujan tinggi yang menyebabkan rumput laut akan menjadi berwarah putih, adanya angin kencang dan gelombang yang tinggi juga menyebabkan kerusakan rumput laut saat di budidaya.

Berdasarkan hasil perhitungan Matriks EFE pembudiya *Euchuma cottoni* di Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep memiliki total skor

sebesar 3.72 menunjukkan bahwa faktor internal tersebut berada pada posisi kuat. Dengan kata lain, mampu memanfaatkan peluang yang ada atau menghindari dan mengatasi ancaman yang muncul (Muhammad, 2017).

Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats)

Dengan menggunakan Matriks IE, posisi pasar pembudidaya *Euchuma cottoni* di Kabupaten Mandalle saat ini dianalisis dengan menggunakan SWOT. Kekuatan dan kelemahan pembudidaya, serta peluang dan ancaman yang mereka hadapi yang dinyatakan oleh Okky (2020) faktor pemasaran internal dan eksternal untuk menghasilkan hasil Matriks IE. Alternatif-alternatif yang sesuai dengan kondisi di Kecamatan Mandalle yang harus dilaksanakan dapat dikembangkan dengan menggunakan matriks SWOT. Adapun matriks SWOT dapat dilihat pada Table 5.

Tabel 5. Analisis Strengths (S), Weaknesses (W), Opportunities (O), dan Threats (T) (SWOT) usaha budidaya *Euchuma cottoni* di Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep

Faktor internal	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weaknes)
	<ol style="list-style-type: none"> Harga bibit terjangkau Lokasi strategis Kenyamanan dalam pemasaran Kualitas rumput laut Ketersediaan tenaga kerja 	<ol style="list-style-type: none"> Harga jual produk Kurangnya teknologi Keterbatasan modal Hasil produksi belum maksimal Kurangnya pengetahuan
Faktor eksternal	Peluang (Opportunity)	Strategi S-O
	<ol style="list-style-type: none"> Permintaan yang tinggi Penyerapan tenaga kerja Kerja sama dengan pihak lain Bantuan pemerintah Tidak ada pesaing 	<ol style="list-style-type: none"> Tetap memberikan bibit dengan harga terjangkau dan Memberikan penyuluhan secara bertahap
Ancaman (Threat)	Strategi S-T	Strategi W-T
<ol style="list-style-type: none"> Faktor cuaca Penentuan harga Keterbatasan pasar Hama dan penyakit 	<ol style="list-style-type: none"> Mengoptimalkan produksi yang ada 	<ol style="list-style-type: none"> Peningkatan harga jual produk dan akses permodalan Memperluas dan mempertahankan jaringan pemasaran

Strategi di atas diurutkan menurut peringkat berdasarkan skor unsur-unsur

penyusunannya disajikan pada Tablet 6 dan Table 7.

Tabel 6 Penyusunan peringkat strategi anlisis Strengths (S), Weaknesses (W), Opportunities (O), dan Threats (T) SWOT

Unsur	Kekuatan/Strength (S)	Kelemahan/Weaknesses (W)
	Strategi S-O	Strategi W-O
Peluang/Opportunities (O)	1. (S1, S2, S3, S4, O1, O4)	1. (W4, O1, O2, O3) 2. (W2, W5, O3, O4)

	Strategi S-T	Strategi W-T
Ancaman/Threats (T)	1. (S1, S2, S4, T2, T3)	1. (W1, O1, O2, O3) 2. (W2, W4, W5, T3)

Tabel 7. Penentuan skala prioritas bauran pemasaran

	Unsur SWOT	Keterkaitan	Skor	Peringkat
Strategi 1	Tetap memberikan bibit dengan harga yang terjangkau dan memberikan penyuluhan secara bertahap	(S1,S2,S3,S4,O1,O4)	2,51	I
Strategi 2	Mengoptimalkan produksi	(W4,O1,O2,O3)	2,28	II
Strategi 3	Mengoptimalkan produksi yang ada	(S1,S2,S4,T2,T3)	2,19	III
Strategi 4	Memberikan pelatihan secara bertahap	(W2,W5,O3,O4)	1,30	IV
Strategi 5	Memperluas dan mempertahankan jaringan pemasar	(W2,W4,W5,T3)	0,51	V
Strategi 6	Peningkatan harga jual produk dan akses permodalan	(W1,W2,T1,T4)	0,49	VI

Prioritas strategi bauran pemasaran rumput laut *Euchuma Cottoni* berdasarkan hasil analisis (Saprianti et al., 2020), ditetapkan 6 strategi terbaik dalam bauran pemasaran rumput laut *Euchuma Cottoni* di Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep antara lain sebagai berikut ; strategi (1) tetap memberikan bibit dengan harga terjangkau dan memberikan penyuluhan secara bertahap seperti perusahaan harus tetap memberikan harga bibit yang terjangkau, pemerintah harus memberikan bantuan bibit dan penyuluhan kepada petani rumput laut di kecamatan mandalle. Strategi (2) mengoptimalkan produksi seperti memperbaiki metode budidaya dan meningkatkan produktivitas faktor produksi. Strategi (3) mengoptimalkan produksi yang ada seperti memproduksi hasil rumput laut yang ada di Kecamatan Mandalle. Strategi (4) memberikan penyuluhan secara bertahap seperti kelompok budidaya di Kecamatan Mandalle harus kerja sama dengan pihak pemerintah untuk mengadakan penyuluhan tentang bauran pemasaran. Strategi (5) memperluas dan mempertahankan jaringan pemasaran, dan strategi seperti menyediakan fasilitas rumput laut seperti bibit, tali, terpal, patokan, dan pelampung agar kita bisa meningkatkan harga jual produk, pemerintahan harus memberikan bantuan dan akses pemasaran kepada petani rumput laut. Strategi (6) meningkatkan harga jual dan akses permodalan seperti menyediakan fasilitas rumput laut seperti bibit, tali, terpal, patokan, dan pelampung agar kita bisa meningkatkan harga jual produk, pemerintahan harus memberikan bantuan dan akses pemasaran kepada petani rumput laut.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan prioritas utama dalam bauran pemasaran pembudidaya *Euchuma cottoni* di Kecamatan Mandalle dengan skor 2,51 adalah tetap memberikan harga bibit rumput laut dengan harga yang terjangkau dan memberikan penyuluhan secara bertahap, prioritas kedua skor 2,28 adalah mengoptimalkan produksi, prioritas ketiga skor 2,19 adalah mengoptimalkan produksi yang ada, prioritas keempat skor 1,30 adalah memberikan penyuluhan secara bertahap, prioritas kelima skor 0,51 adalah memperluas dan mempertahankan jaringan pemasaran, dan strategi, prioritas keenam skor 0,49 adalah meningkatkan harga jual dan akses permodalan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade, M. S., Amal, S., & Awaluddin, R. (2020). Harga Psikologis Rumput Laut (*Eucheuma Cottonii*) Di Desa Mandalle Sulawesi Selatan. *Jurnal Perikanan*, 1(4), 576–582.
- Arya, S., Arifuddin, L., & Sulaeman. (2016). Strategi Pemasaran Manisan Rumput Laut Pada Industri “Citarasaku” Di Kelurahan Tinggede Kecamatan Marawola Kabupaten Sigi. *E-J. Agrotekbis*, 4(4), 440–447.
- Asriany. (2017). Analisis Usahatani Rumput Laut (*Eucheuma Cattoni*) Kecamatan Mandalle Kabupaten Pangkep. *Jurnal Galung Tropika*, 3(3), 132–138.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Hasil Survei Komoditas Perikanan Potensi Rumput Laut Provinsi Sulawesi Selatan* (Andhy Aryutama (ed.)). BPS Provinsi Sulawesi

- Selatan.
- Damis. (2018). Analisis Kesesuaian Dan Daya Dukung Lingkungan Perairan Pengembangan Budidaya Rumput Laut Euchuma Cottoni Di Pesisir Kecamatan Suppa Kabupaten Pinrang. *Jurnal Pendidikan Teknologi Pertanian*, 4(21), 21-28.
- Meftahudin, Agus, P., & Ratna, W. (2018). Penerapan Analisis SWOT dan Five Forces Porter Sebagai Landasan untuk Merumuskan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Laba Perusahaan (Studi Pada Tin Panda Collection di Kabupaten Magelang). *Jurnal Of Economic, Managemet, Accouting and Techology (JEMATech)*, 1(1), 22-30.
- Muhammad, S. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Rumput Laut Gracilaria Sp Di Kabupaten Bone (Studi Kasus Di Kecamatan Sibulue). *Prosiding Seminar Nasional KSP2K II*, 1(2), 122-137.
- Nanang, S. W. (2019). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Penjualan Rumput Laut Di Kecamatan. Riung, Kabupaten. Ngada, Provinsi Nusatenggara Timur. In *Progress in Retinal and Eye Research* (Vol. 561, Issue 3). Universitas Muhammadiyah Makkassar.
- Okky, P. V. (2020). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Toko Ananda Kota Tangerang. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 4(10), 1-51.
- Putri, P. A. (2017). Strategi Pemasaran Budidaya Rumput Laut Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Karaballo. In *Bubungan Tinggi* (Vol. 3, Issue 4). Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Pare-Pare.
- Saprianti, Alimudin, L., & Dafina, H. (2020). Analisis Pemasaran Rumput Laut di Desa Lalombi Kecamatan Banawa Selatan Kabupaten Donggala Sulawesi Tengah. *Jurnal Agrotekbis*, 4(6), 754-757.
- Sugiyono. (2016). Data sekunder. *Jurnal Manajemen Tools*, 7(6), 1-11.