

ABSTRAK

Keberhasilan produksi rumput laut dapat dicapai dengan mengoptimalkan faktor-faktor pendukung dalam budidaya rumput laut. Faktor-faktor pendukung tersebut antara lain pemilihan lokasi budidaya yang tepat, pengalokasian tenaga kerja, penggunaan jenis yang bermutu baik, teknik atau metode budidanya yang tepat, serta panen dan pasca panen. Kegiatan usaha budidaya yang dilakukan oleh masyarakat nelayan budidaya rumput laut terdiri dari beragam usaha selain bercocok tanam dan dilakukan juga kegiatan pemasaran hasil usaha budidaya. Hasil budidaya tersebut langsung kepada pedagang pengepul dengan tingkat harga yang relatif murah atau rendah dibandingkan penjualan yang dilakukan oleh nelayan secara langsung kepasar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran pada komoditas rumput laut di Kecamatan Jerowaru Kabupaten Lombok Timur dan untuk mengetahui efisiensi pemasaran rumput laut di Kecamatan Jerowaru Kabupaten Lombok Timur.

Penelitian ini menggunakan metode “deskriptif”. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisioner. Sedangkan penentuan lokasi penelitian dilakukan secara purposive sampling (sengaja) di Kecamatan Jerowaru. Untuk penentuan responden dilakukan secara *Accidental Random Sampling* dengan menggunakan metode *Quota Sampling* sebanyak 30 responden petani dan penentuan lembaga pemasaran lainnya digunakan metode *Snow Ball Sampling*.

Adapun rata-rata keuntungan petani sebesar Rp. 2.760.068,03/LLG (4,1 Are) atau Rp. 662.416,33/Are (1 Are), dengan pendapatan yang diperoleh petani rumput laut sebesar Rp. 17.061.333,33/LLG (4,1 Are) atau Rp. 4.094.719,99/Are (1 Are) dan total biaya produksi sebesar Rp. 14.301.265,33/LLG (4,1 Are) atau Rp. 3.432.303,68/Are (1 Are). Terdapat 1 saluran pemasaran usahatani rumput laut di Kecamatan Jerowaru yaitu :

Produsen (Petani Rumput Laut) → Pengepul Kecamatan → Konsumen (CV Karagen Indonesia & PT. Kappa Carragenan Nusantara (KCN))

Nilai efisiensi pada masing-masing lembaga pemasaran pada usahatani rumput laut di Kecamatan Jerowaru dapat dilihat berdasarakan tinggi rendahnya nilai margin pemasaran dan *farmer's share* nya. Adapun nilai margin pemasaran yang tertinggi adalah diperoleh oleh pengepul sebesar 12,5%, dengan nilai *farmer's share* sebesar 87,5%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan *farmer's share*nya dapat dikatakan efisien.

Kata Kunci : Petani, Pengepul, Konsumen, Efisiensi pemasaran.