

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN RUMPUT LAUT (*Gracilaria sp*)
DI KABUPATEN BONE
(STUDI KASUS DI KECAMATAN SIBULUE)**

Muhammad Syahrir

Dosen Politeknik Kelautan dan Perikanan Bone

(email : kartinikhalid87@gmail.com)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bauran pemasaran rumput laut *Gracilaria sp*, dan strategi pemasaran rumput laut *Gracilaria sp* di kabupaten Bone. Rumput laut ini menjadi salah satu komoditas utama Kabupaten Bone dari sektor perikanan. Kendala utama yang dihadapi pembudidaya rumput laut adalah pemasaran dan kestabilan harga. Penelitian ini penting sebagai bahan informasi bagi pembudidaya, pengusaha dan pemerintah dalam menggeluti usaha ini. Penelitian dilaksanakan dari bulan Pebruari sampai bulan April 2017, di kecamatan Sibulue, kabupaten Bone. Populasi penelitian adalah semua pembudidaya *Gracilaria sp* sebanyak 567 orang. Penentuan jumlah sampel menggunakan *monogram Harry King* dengan jumlah sampel terpilih 90 orang. Untuk mengetahui pembudidaya yang menjadi sampel digunakan teknik sampling acak sederhana. Pengambilan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi, kuisener, dan diskusi kelompok terfokus. Analisa data dengan menggunakan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan baruan pemasaran rumput laut *Gracilaria sp* di kabupaten Bone tidak menguntungkan pembudidaya, keuntungan terbesar diperoleh para pedagang. Strategi pemasaran *Gracilaria sp* yaitu : melakukan kemitraan langsung dengan industri pengolahan dan eksportir, menata distribusi pemasaran yang menguntungkan semua pelaku pasar, meningkatkan kualitas produk sesuai standar pasar, melakukan promosi produk *Gracilaria sp*, fokus dengan pasar yang sudah ada, serta memperluas jaringan pasar baru, membentuk kelompok untuk meningkatkan posisi tawar dalam memasarkan produk *Gracilaria sp*, dan lebih proaktif mencari informasi pasar.

Kata kunci: Strategi, Pemasaran, Rumput laut Gracilarya

PENDAHULUAN

Rumput laut merupakan komoditi unggulan perikanan Sulawesi Selatan, berpotensi besar untuk meningkatkan ekonomi masyarakat namun belum dimanfaatkan secara optimal. Ada dua jenis rumput laut dominan dikembangkan melalui integrasi program revitalisasi dan program daerah yaitu *Gracilaria verrucosa* dan *Eucheuma cottoni*.

Sulawesi Selatan, memiliki potensi pengembangan rumput laut pada areal 250 ribu hektar di sepanjang 1.973 km garis pantai, dan baru sekitar 15 - 25 % yang dimanfaatkan (Anonim, 2015). Selama ini Sulawesi Selatan merupakan provinsi yang memiliki produksi rumput laut terbesar kedua di dunia setelah Negara Chili. Potensi produksi jenis *Gracilaria sp* sebesar 320.000 ton dan jenis *Eucheuma cottoni* 465.000 ton, yang tersebar di beberapa kabupaten pantai di Sulawesi Selatan.

Salah satu daerah di Sulawesi Selatan yang mempunyai potensi produksi rumput laut *Gracilaria sp* adalah kabupaten Bone. Kabupaten Bone merupakan salah satu kabupaten di pesisir timur Sulawesi Selatan yang memiliki luas wilayah 4.559 km² dengan panjang garis pantai 138 km dan mempunyai 10 kecamatan pesisir, dengan areal pertambakan seluas 15,424,31 hektar (Anonim,2016). Pesisir pantai kabupaten Bone cocok untuk budidaya rumput laut *Eucheuma cottoni* dan areal pertambakan cocok untuk budidaya rumput laut *Gracilaria sp* (Anonim,2016).

Kenyataan menunjukkan bahwa perkembangan yang pesat pada sisi produksi tersebut terkendala oleh masalah pemasaran dan rendahnya harga tingkat pembudidaya. Beberapa faktor yang diduga mempengaruhi rendahnya kualitas produk, panjangnya saluran distribusi, tingginya biaya transportasi, ketidak jelasan harga dan ketidak harmonisan hubungan antara pembudidaya dengan pedagang. Rendahnya kualitas *Gracilaria sp* disebabkan oleh tingginya permintaan di pasasar domestik dan dunia yang menyebabkan pembudidaya melakukan pemanenan pada umur yang kurang dari 45 hari. Hal ini mengakibatkan penurunan kualitas produk dan pada akhirnya harga menurun drastis.

Informasi terbaru mengenai masalah pemasaran terungkap pada 1st Indonesia Seaweed Forum (2015) yang mempertemukan para produsen rumput laut, pengguna, dan akademisi. Berdasarkan rumusan forum tersebut, masalah pemasaran diduga terkait dengan aspek – aspek kelembagaan, jaringan pemasaran, dan kesenjangan komunikasi antara produsen dan penggunanya. Sebagai contoh pengolah berpendapat bahwa bahan baku *Gracilaria sp* yang dipasok produsen tidak memenuhi kriteria preferensi (kualitas, kuantitaas, ketepatan waktu) dan dijual dengan harga yang terlalu tinggi. Sementara itu banyak produsen atau pembudidaya berpendapat abhwa harga penjualan yang mereka terima sering tidak dapat menutup biaya produksi. Selain itu, panjangnya rantai pemasaran dari pembudidaya sampai eksportir atau industri pengolahan dalam negeri menambah daftar masalah dalam pemasaran rumput laut. Panjangnya rantai pemasaran telah menyebabkan harga rumput laut tertekan pada level harga yang tidak menguntungkan (Anonim,,2015).

Pemerintah provinsi Sulawesi Selatan telah mencanangkan Gerakan Peningkatan Ekspor dua kali lipat (GRATEKS -2), dimana sektor perikanan selain udang dan ikan tuna. Melalui GRATEKS -2, komoditi rumput laut diharapkan memanfaatkan peluang sebaik – baiknya dengan melibatkan semua unsur terkait, mulai provinsi, kabupaten setingkat lapangan. Lebih lanjut Susi (2015), mengatakan bahwa permintaan produk perikanan dari

Indonesia termasuk rumput laut terus meningkat karena terjadi pergeseran selera konsumen dan banyaknya industri pengguna rumput laut sebagai bahan baku.

Berdasarkan uraian diatas, maka dianggap penting untuk dilakukan suatu *Analisis Strategi Pemasaran Rumput Laut Gracilaria sp di Kabupaten Bone*. Tujuan penelitian ini adalah Untuk menganalisis bauran pemasaran rumput laut *Gracilaria sp* di kabupaten Bone. Dan menganalisis strategi pemasaran rumput laut *Gracilaria sp* di kabupaten Bone.

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini dilaksanakan di kecamatan Sibulue, kabupaten Bone, provinsi Sulawesi Selatan. Lokasi penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria sengaja (*Purposive sampling*) dengan alasan bahwa kecamatan Sibulue merupakan satu dari sepuluh kecamatan pantai di kabupaten Bone yang memiliki areal pertambakan paling luas (2.232 Ha) serta jumlah pembudidaya *Gracilaria sp* terbanyak (567 RTP). Wilayah ini mempunyai potensi besar untuk pengembangan budidaya *Gracilaria sp*. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Pebruari sampai April 2017

Responden yang dijadikan sampel penelitian adalah pembudidaya tambak yang pernah atau sedang mengusahakan budidaya *Gracilaria sp*, baik yang memiliki tambak sendiri ataupun menyewa tambak orang lain. Responden ini merupakan sumber data primer. Penentuan jumlah sampel pembudidaya *Gracilaria sp* menggunakan *Monogram Harry King pada tingkat kepercayaan 95% (usman, 2008)*. Dari jumlah 567 populasi pembudidaya *Gracilaria sp* di kecamatan Sibulue diperoleh 90 pembudidaya menjadi responden. Untuk mengetahui pembudidaya yang menjadi sampel dicari dengan *Teknik Sampling Acak Sederhana*.

Adapun analisis data yang dipakai yaitu :

1. Analisis Deskriptif, untuk mendapatkan gambaran produksi dan bauran pemasaran unsur – unsur meliputi : Produksi, distribusi, promosi, dan harga untuk mengetahui mekanisme pemasaran rumput laut di kabupaten Bone.
2. Untuk menganalisis strategi peningkatan produksi dan pemasaran rumput laut *Gracilaria sp* di kabupaten Bone digunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Wilayah kabupaten Bone termasuk daerah beriklim sedang. Kelembapan udara berkisar antara 95% - 99% dengan temperatur berkisar 25°C - 43 °C. Pada periode april – september, bertiup angin timur yang membawa angin hujan. Sedangkan pada bulan oktober - maret bertiup angin barat, saat dimana mengalami musim kemarau di Bone.

Identitas Responden Pembudidaya

Umur

Umur pembudidaya mempengaruhi kinerjanya dalam mengelola usahanya, karena umur menentukan kemampuan fisik dan berfikir. Umumnya pembudidaya yang berumur muda memiliki kemampuan fisik yang lebih kuat dan responsif terhadap adanya inovasi dan informasi baru, sebaliknya pembudidaya yang berumur lebih tua kemampuan fisiknya cenderung menurun dan sering kesulitan dalam menerima inovasi baru karena dipengaruhi oleh pengalamannya.

Pada penelitian ini umur responden pembudidaya cukup bervariasi, hal ini dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Jumlah dan persentase responden pembudidaya menurut kelompok umur

No	Kelompok umur (tahun)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	20 – 34	23	25,56
2.	35 – 50	56	62,22
3.	51 – 65	11	12,22
	Total	90	100,00

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa kelompok pembudidaya yang berusia produktif yaitu antara umur 20 – 50 tahun (87,78 %), 62,22 % (terbanyak) diantaranya adalah kelompok usia 35 – 50 tahun merupakan kelompok usia berpengalaman, dan pembudidaya yang kurang produktif adalah umur 51 – 65 tahun (12,22 %).

Pendidikan

Dalam penelitian ini jumlah responden pembudidaya berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Distribusi kelompok pembudidaya berdasarkan tingkat pendidikan.

No	Tingkat pendidikan	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	Tidak tamat SD	15	16,17
2	SD	43	47,78
3	SLTP	16	17,78
4	SLTA	14	15,55
5	Sarjana	2	2,22
	Jumlah	90	100,00

Sumber : Data Primer Iolah, 2017

Dari komposisi responden berdasarkan tingkat pendidikan diatas jelas lebih banyak responden yang sudah mengenyam pendidikan daripada yang belum tamat SD. Hal ini dapat berpengaruh positif terhadap adanya inovasi baru serta informasi – informasi baik berupa strategi peningkatan produksi maupun strategi pemasaran produk *Gracilaria sp* yang mereka produksi.

Pengalaman Sebagai Pembudidaya *Gracilaria sp*

Pengalaman responden pembudidaya dalam memelihara *Gracilaria sp* di tambak dapat dilihat pada tabel 3

Tabel 3. Jumlah dan presentase reponden berdasarkan pengalaman dalam usaha *Gracilaria sp* laut di tambak.

No	Pengalaman Membudidayakan <i>Gracilaria sp</i> (tahun)	Jumlah Responden (orang)	Presentase (%)
1	< 5	15	16,67
2	5 – 9	29	32,22
3	10 – 14	23	25,56
4	15 – 20	18	20,00
5	20 <	5	5,56
	Jumlah	90	100,00

Sumber : Data Primer Diolah 2017

Tabel 3 diatas menunjukkan bahwa 83,33 % pembudidaya responden mempunyai pengalaman memelihara *Gracilaria sp* di tambak diatas 5 tahun. Dengan pengalaman yang dimiliki berarti mereka sudah mengetahui teknik budidaya *Gracilaria sp* serta seluk beluknya termasuk dalam kegiatan pemasaran produknya dan kemungkinan mengatasi jika ada masalah.

Luas Tambak dan Status Kepemilikan

Luas tambak yang dikelola oleh pembudidaya *Gracilaria sp* akan memberikan gambaran tentang status sosial dan ekonomi pemilikinya. Semakin luas tambak yang dimiliki atau dikelola, maka semakin tinggi status sosial dan ekonominya, serta mempunyai pengaruh luas kepada pembudidaya lainnya dalam inovasi teknologi budidaya termasuk dalam menjalin hubungan kerjasama dengan pihak lain.

Luas tambak pembudidaya yang menjadi responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Jumlah dan presentase responden menurut luas tambak yang dikelola serta status kepemilikannya.

No	Luas (Ha)	Jumlah (orang)	Presentase (%)	Milik Sendiri	Presentase (%)	sewa	Presentase (%)
1	≤ 2,5	38	42,22	34	37,78	4	4,44
2	2,6 – 5,0	23	25,56	18	20,00	5	5,56
3	5,1- 7,5	14	15,56	11	12,22	3	3,33
4	7,5 – 10	4	4,44	4	4,44	-	-
5	10 <	11	12,22	11	12,22	-	-
	Jumlah	90	100,00	78	100,00	12	13,33

Sumber : Data Primer Diolah 2017

Tabel 4 menunjukkan bahwa pembudidaya responden dengan tambak seluas kurang dari 2,5 hektar sebanyak 42,22 % dengan status hak milik 37,78 % dan sewa 4,44 %. Untuk luas lahan 5 hektar ke bawah dikelola oleh 67,78 % dengan status kepemilikan 57,78 % dan status sewa sebanyak 10 %. Sedangkan untuk luas garapan lebih dari 5 hektar sebanyak 42,22 %. Dengan presentase kepemilikan sebesar 86,67 % dan status sewa hanya 13,33 %. Menunjukkan bahwa usaha budidaya *Gracilaria sp* di kecamatan Sibulue mempunyai kekuatan untuk dikembangkan. Apalagi dengan total areal pertambakan seluas 2.231,61 Ha di kecamatan Sibulue akan menjadi modal yang kuat dalam melakukan mitra dengan pihak lain, seperti industri pengolahan *Gracilaria sp*

Persyaratan Lokasi Budidaya *Gracilaria*

- Dasar tambak berupa pasir bercampur sedikit lumpur
- Tambak mempunyai saluran pemasukan dan pembuangan yang berbeda
- Salinitas air tambak berkisar antara 15 – 30 permil
- Suhu air berkisar 20 – 28 °C
- pH air berkisar antara 6 – 9

- f. kedalaman air tambak dapat diatur minimal 0,5 – 1 meter
- g. kondisi air tidak terlalu keruh sehingga cahaya matahari dapat cukup menembus ke dalam air
- h. bebas polusi, baik limbah industri maupun rumah tangga
- i. dekat dengan sumber air tawar dan mudah untuk mengambilnya dalam rangka mengatur salinitas air
- j. akses menuju lokasi mudah dilalui alat transportasi

Maka tambak – tambak di kecamatan Sibulue sesuai untuk budidaya *Gracilaria sp*, kecuali persyaratan saluran air yang harus berpisah antara saluran pembuangan dan saluran pemasukan. Tetapi menurut pengamatan penulis, hal itu tidak berpengaruh secara signifikan terhadap hasil produksi yang diperoleh.

Penyediaan Bibit

Bibit yang baik diambil dari petani yang sudah membudidayakan rumput laut yang paling dekat dengan lokasi dimana akan dikembangkan budidaya *Gracilaria sp*, atau dari kebun bibit yang tersedia tidak jauh dari lokasi itu. Hal ini berhubungan dengan tingkat kesegaran dan kematian bibit bila dibandingkan dengan mengambil bibit yang jauh dari lokasi budidaya. Pada umumnya pembudidaya mengambil bibit dari petani yang sudah membudidayakan terlebih dahulu, tetapi untuk selanjutnya mereka akan menyebarkan bibit mereka sendiri kepada tambak lainnya. Mereka belum mempunyai kebun bibit.

Sesuai dengan pendapat Anggadireja, (2006) yang menyatakan bahwa bibit yang baik adalah bibit yang diambil dari tanaman yang relatif masih muda (usia 3- 4 minggu) dan sehat, dengan cara memotong dari rumpun tanaman yang sehat dengan panjang sekitar 5 – 10 cm. Ciri – ciri bibit yang baik yaitu :

- a. thallus yang dipilih masih segar, warna cerah dan cukup elastis
- b. thallus memiliki banyak cabang dan pangkalnya relatif besar dari cabangnya
- c. ujung thallus lurus dan runcing
- d. bebas dari detrius dan material lain yang melekat pada bibit rumput laut.

Pemeliharaan / Perawatan

Kegiatan pembudidaya setelah penebaran bibit di tambak, adalah pemeliharaan atau perawatan *Gracilaria sp*. Hal – hal yang mereka lakukan dalam pemeliharaan yaitu pengawasan terhadap ketinggian air, penggantian air terutama pada musim kemarau untuk menghindari kadar garam yang lebih tinggi. Melakukan pembersihan *Gracilaria sp* dari

gangguan tanaman lain, mengadakan pemupukan setelah tanaman berumur 7 (tujuh) hari setelah tanam, dan untuk mengoptimalkan pertumbuhan maka setiap 3 (tiga) minggu tanaman dipotong/dipecah lagi dan diratakan kembali penyebarannya ke seluruh tambak.

Panen dan Pasca Panen

Cara panen yang dilakukan oleh pembudidaya yaitu *Gracilaria sp* diambil dari petakan tambak selanjutnya dicuci dengan air tambak, dibersihkan dari kotoran yang menempel sehingga diperoleh produk yang bersih. Umumnya pembudidaya meniriskan *Gracilaria sp* yang sudah dipanen diatas para–para bambu sebelum dijemur.

Oleh karena itu pemilik barang harus mengawasi cara kerja mereka, agar tingkat kekeringan dan kebersihan produk dapat terjaga dengan baik.

Tabel 5. Volume dan nilai produksi budidaya rumput laut (*Gracilaria s.p*) Kabupaten Bone tahun 2012 - 2016

Tahun	Volume (Ton)	Nilai (x Rp 1.000)
1. 2012	49.408,0	212.454.400
2. 2013	62.899,0	503.192.000
3. 2014	75.500,0	755.000.000
4. 2015	75.725,0	378.624.900
5. 2016	87.397,8	599.182.560
J u m l a h	263,532,0	1.749.271.300

Sumber : Data primer dan sekunder diolah tahun 2017

Analisis Strategi Pemasaran

Hasil klasifikasi strategi internal (kekuatan dan kelemahan) pemasaran *Gracilaria* di kabupaten Bone dapat dilihat pada Tabel 6. IFAS (*Internet Faktor Analysis Summary*)

Tabel 6. Matriks Faktor Strategi Internal

Kekuatan	Kelemahan
a. Produksi dapat ditingkatkan melalui optimalisasi pemanfaatan lahan budidaya	a. Posisi tawar pembudidaya sangat rendah dalam memasarkan produk b. Pembudidaya kurang mengetahui informasi pasar <i>Gracilaria</i>

Hasil dari klasifikasi faktor strategi eksternal (peluang dan ancaman) pemasaran *Gracilaria* di kabupaten Bone dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. EFAS (*External Strategic Analysis Summary*)

Peluang	Ancaman
a. Kebutuhan bahan baku industry dalam negeri cukup tinggi (87.429 ton/th)	a. Harga <i>Gracilaria</i> di tingkat pembudidaya rendah dan berfluktuatif
b. Pasar ekspor bahan baku cukup besar (realisasi ekspor 212.000 ton)	b. Produk <i>Gricilaria</i> biasa ditolak oleh pedagang dengan alasan kualitas rendah
c. Harga <i>Gracilaria</i> di tingkat industri pengolahan dan eksportir sangat layak	c. Saluran distribusi tidak menguntungkan pembudidaya

Pada Tabel 7. diatas memperlihatkan 3 peluang dan 3 ancaman yang dihadapi pembudidaya *Gracilaria* dalam memasarkan produknya. Faktor – faktor peluang dan ancaman disusun berdasarkan bobot (sangat penting – tidak penting) dampak peluang dan ancaman yang diberikan terhadap strategi pemasaran *Gracilaria*.

Matrik IFAS dan EFAS diatas dapat dijadikan dasar dalam menyusun alternative strategi pemasaran bagi para pembudidaya *Gracilaria*. Penyusun alternatif strategi pemasaran tersebut didasarkan pada unsur – unsur *strengths* (kekuatan), *weakneses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *treats* (ancaman) dari bauran pemasaran yang ada pada kegiatan usaha budidaya *Gracilaria* di kecamatan Sibulue, kabupaten Bone.

Matriks ringkasan analisis SWOT yang berisikan keadaan internal dan eksternal dapat dilihat pada tabel pada tabel dibawah ini.

Tabel 8. Analisis *Strengths* (S), *Weaknesses* (W), *Opportunities* (O), dan *Threats* (T) (SWOT) usaha budidaya *Gracilaria* di kecamatan Sibulue, kabupaten Bone

IFAS	Kekuatan (<i>strengths</i>) Produksi dapat ditingkatkan melalui optimalisasi pemanfaatan lahan budidaya	Kelemahan (<i>weaknesses</i>) a. Posisi tawar pembudidaya sangat rendah dalam memasarkan produk b. Pembudidaya kurang mengetahui informasi pasar <i>Gracilaria</i>
EFAS		
Peluang (<i>opportunities</i>) a. Kebutuhan bahan baku industri dalam negeri (87.429 ton/th). b. Pasar ekspor bahan baku cukup besar (realisasi ekspor 212.000 ton). c. Harga <i>Gracilaria</i> di tingkat industri pengolahan dan eksportir sangat layak.	Strategi S > < O 1. Fokus dengan pasar yang sudah ada, serta memperluas jaringan pasar baru. 2. Melakukan promosi produk <i>Gracilaria</i> .	Strategi W > < O 3. Membentuk kelompok pembudidaya untuk meningkatkan posisi tawar 4. Melakukan kemitraan langsung dengan industri pengolahan dan eksportir.
Ancaman (<i>Threats</i>) 1. Harga <i>Gracilaria</i> di tingkat pembudidaya rendah dan berfluktuatif. 2. Produk <i>Gracilaria</i> ditolak oleh pedagang dengan alasan kualitas rendah. 3. Saluran distribusi tidak menguntungkan pembudidaya.	Strategi S > < T 3. meningkatkan kualitas produk sesuai standar pasar.	Strategi W > < T 5. Lebih proaktif mencari informasi pasar. 6. Menata distribusi pemasaran yang menguntungkan semua pelaku pasar <i>Gracilaria</i> .

Berdasarkan analisis SWOT atas, diperoleh 7 (tujuh) strategi pemasaran *Gracilaria* di Kabupaten Bone yaitu :

1. Fokus dengan pasar yang sudah ada, serta memperluas jaringan pasar baru.
2. Melakukan promosi produk *Gracilaria*.
3. Meningkatkan kualitas produksi sesuai standar pasar.

4. Membentuk kelompok untuk meningkatkan posisi tawar yang kuat.
5. Melakukan kemitraan langsung dengan industri pengolahan dan eksportir
6. Lebih pro aktif mencari pasar.
7. Menata distribusi pemasaran yang menguntungkan semua pelaku pasar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan seperti telah diuraikan di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari analisis bauran pemasaran rumput laut *Gracilaria sp.* di kabupaten Bone ternyata tidak menguntungkan pembudidaya, keuntungan terbesar diperoleh para pedagang *Gracilaria*.
2. Berdasarkan analisis SWOT yang dilanjutkan dengan proses Hirarki Analitik untuk menentukan strategi kebijakan, maka strategi pemasaran *Gracilaria* yang seharusnya diterapkan yaitu :
 - a. Melakukan kemitraan langsung dengan industri pengolahan dan eksportir.
 - b. Menata distribusi pemasaran yang menguntungkan semua pelaku pasar.
 - c. Meningkatkan kualitas produk sesuai standar pasar.
 - d. Meningkatkan promosi produk *Gracilaria*.
 - e. Focus dengan pasar yang sudah ada, serta memperluas jaringan pasar baru.
 - f. Membentuk kelompok untuk meningkatkan posisi tawar dalam memasarkan produk *Gracilaria*.
 - g. Lebih proaktif mencari informasi pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2017. Sains Indonesia. Majalah, edisi Pebruari 2107, Jakarta
- Anonim. 2015. Warta asosiasi pengusaha budidaya dan industri rumput laut di Indonesia (APIBRI) Jakarta.
- Anonim,2015. Gerakan peningkatan produksi dan ekspor dua kali lipat (GRATEKS – 2) komoditi rumput laut ujung pandang 1698.
- Anonim. 2012. Laporan tahunan dinas perikanan dan kelautan kabupaten Bone tahun 2012. Watampone.
- Anonim. 2013. Laporan tahunan dinas perikanan dan kelautan kabupaten Bone tahun 2013. Watampone.
- Anonim . 2014. Laporan tahunan dinas perikanan dan kelautan kabupaten Bone tahun 2014. Watampone.

- Anonim, 2006. Statistik kelautan dan perikanan tahun 2006 Departemen Kelautan dan Perikanan RI, Jakarta.
- Anonim, 2016. Kabupaten Bone dalam angka kerja sama BPS dan BAPPEDA kabupaten Bone. Watampone.
- Anonim, 2016. Laporan tahunan kecamatan Sibulue. Kabupaten Bone.
- Argyris, 1985. Strategy change and devensive routines. Marshfield. MA Pitman Pub.
- Andarias, 1997. Prospek pengembangan budidaya rumput laut dalam menyongsong era globalisasi. Makalah pengukuhan guru besar UNHAS, Ujung Pandang.
- Anggadiredja, J. 2006. Rumput laut, pembudidaya, pengolahan dan pemasaran komoditas perikanan potensial. Penebar swadaya, informasi dunia pertanian. Cetakan I. Jakarta.
- Anggadiredja, J. 2008. Pengawasan dan peningkatan kualitas budidaya rumput laut. (makalah). Ist Indonesia Seaweed forum Makassar.
- Bennett, Peter D. 1988. Marketing internasional. Student edition. Aucland : McGraw-Hill Company.
- Candler, 1962. Strategy and structure : chapters in the history of America industrial enterprice. Chamridge : the MIT Pres.
- Converse, D. P 1989. Element of marketing. (seven edition enjood clips). New Jersey. USA
- Foster, W. PP. 1974. Dasar-dasar marketing, lembaga pendidikan dan pembinaan manajemen, air langga. Jakarta.
- Haeruman, H dkk. 2001. Kemitraan dalam Pengembangan Ekonomi Lokal. Yayasan Mitra Pembangunan desa – kota dan bisnis Inovation Centre, Jakarta.
- Iskandar, 2008. Prospek Pengembangan Industri Rumput Laut di Sulawesi Selatan. <http://DKP.Sul-Sel.co.id/yahoo.com>.
- Kotler, P. 1989. Management Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian air. Air Langga. Jakarta.
- Kotler,P. 2000. “Marketing Management, 10 tahun, (Milenium) Edition. Prentice hall Inc. USA.
- Muis, S. 2008. Analisis Pembentukan Harga, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Misbakhun, 2008. Prospek pasar dan kualitas dalam pengembangan industri rumput laut (*Gracilaria*) (makalah). Ist Indonesia Seaweed Forum Makassar.
- Nitisemito, Alex. 1977. Marketing Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Nasir, M. 1988. Metode penelitian. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Numbery, F. 2008. Prospek dan potensi pasar rumput laut. Makalah. The 1st Indonesia Seewed forum, Makassar.
- Rangkuti, F. 1997. Riset pemasaran. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rangkuti, F. 2008. Analisis SWOT Teknik membedah kasus bisnis. Cetakan ke lima. PT Ikrar Mandiriabadi, Jakarta.
- Stanton, W J. 1985. Prinsip pemasaran Air Langga, Jakarta.
- Stanton, W J. 1994. Fundamental marketing. Penerbit LPFE. UI.
- Sumadhiharga, K. 1997. Rumput laut, manfaat, potensi dan usaha budidayanya. Lembaga Oceanografi Nasional LIPI. Jakarta.