

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN AGRIBISNIS RUMPUT LAUT DI KAWASAN MINAPOLITAN KABUPATEN LOMBOK TIMUR

MARKETING STRATEGY ANALYSIS OF SEAWEED AGRIBUSINESS IN MINAPOLITAN AREA EAST LOMBOK REGENCY

Fadli^{1*}, Amry Rakhman²

^{1,2}Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi : fadliabbas185@gmail.com

Abstrak

Agribisnis rumput laut merupakan sistem usaha yang mencakup sub sistem-sub sistem yang saling berkaitan meliputi sub system hulu, sub system onfarm, subsistem hilir, dan subsistem penunjang. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran yang sesuai dalam pengembangan agribisnis rumput laut di Kawasan Minapolitan Kabupaten Lombok Timur. Penelitian ini dilakukan di Kawasan Minapolitan Desa Seriwe Kecamatan Jerowaru Kabupaten Lombok Timur. Penelitian mulai dilakukan sejak bulan Maret sampai dengan bulan Mei 2026. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 35 orang. Penelitian ini menggunakan 214ocus214 wawancara terstruktur dengan bantuan kuesioner serta observasi langsung untuk memahami kondisi nyata kegiatan pemasaran rumput laut. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis IFE, EFE, dan IE untuk memperoleh rumusan strategi yang tepat dalam pemasaran agribisnis rumput laut di Kawasan Minapolitan Kabupaten Lombok Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi strategi yang diperoleh berdasarkan analisis I-E berada pada kuadran V yaitu jaga dan pertahankan (*hold and maintain*). Strategi yang diterapkan adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Maksudnya adalah pelaku usaha tidak disarankan untuk mengambil risiko ekspansi besar-besaran (*agresif*), tetapi 214ocus pada stabilitas melalui peningkatan efisiensi dan menjaga pangsa pasar yang ada.

Kata Kunci : *Eucheuma cottoni*, Rumput Laut, Agribisnis, Strategi Pemasaran.

Abstract

Agribusiness is a business system that includes interrelated subsystems including upstream subsystems, on-farm subsystems, downstream subsystems, and supporting subsystems. The purpose of this study is to analyze appropriate marketing strategies in the development of seaweed agribusiness in the Minapolitan Area East Lombok Regency. This research was conducted in the Minapolitan Area of Seriwe Village, Jerowaru District, East Lombok Regency. The research was conducted from March to May 2026. The number of respondents in this study was 35 people. This study used structured interview techniques with the help of questionnaires and direct observation to understand the real conditions of seaweed marketing activities. The data sources used in this study consisted of primary and secondary data. Data analysis in this study used IFE, EFE, and IE analysis to obtain the right strategy formulation in seaweed agribusiness marketing in the Minapolitan Area East Lombok Regency. The results showed that the strategic position obtained based on the I-E analysis was in quadrant V, namely hold and maintain. The strategies implemented are market penetration and product development. This means that business owners are advised not to take the risk of large-scale (aggressive) expansion, but rather to focus on stability through increased efficiency and maintaining existing market share

Keyword : *Eucheuma cottoni*, Seaweed, Agribusiness, Marketing Strategy.

PENDAHULUAN

Agribisnis rumput laut merupakan sistem usaha yang mencakup sub sistem-sub sistem yang saling berkaitan meliputi sub system hulu, sub system onfarm, subsistem hilir, dan subsistem penunjang. Sektor agribisnis tidak berdiri sendiri tetapi saling berkaitan antara sub system-sub system. Menurut Davis dan Goldberg (1957), mendefinisikan agribisnis sebagai keseluruhan kegiatan yang termasuk didalam pembuatan dan distribusi pasokan pertanian, kegiatan produksi dilahan, pengolahan dan distribusi komoditi pertanian dan produk yang dihasilkan dari komoditi tersebut. Konsep agribisnis yang keterkaitan ke depan (*forward*

linkage) dan keterkaitan ke belakang (*backward linkage*) menjadi indikator utama dalam keberhasilan pengembangan agribisnis rumput laut. Pengembangan agribisnis rumput laut di Kabupaten Lombok Timur menjadi pilar utama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir yang berada pada wilayah minapolitan unggulan dan potensial. Salah satu kriteria khusus suatu Kawasan dikategorikan sebagai Kawasan Minapolitan adalah memiliki kegiatan ekonomi yang dapat menggerakkan pertumbuhan daerah (Mokoginta et al, 2021). Kawasan minapolitan rumput laut merupakan konsep pengembangan ekonomi kelautan yang mengintegrasikan budidaya, pengolahan, dan pemasaran pada suatu wilayah.

Teluk ekas merupakan wilayah yang ditetapkan sebagai wilayah minapolitan untuk pengembangan agribisnis rumput laut dengan potensi lahan mencapai 8.000 hektar. Pengembangan agribisnis rumput laut pada Kawasan minapolitan ini terfokus menjadi klaster produksi (menghubungkan hulu ke hilir dari pembibitan, budidaya tali apung, hingga pengeringan), peningkatan kesejahteraan (menjadi roda penggerak ekonomi utama bagi masyarakat pesisir), serta ekspor dan industri (hasil panen kering disuplai untuk kebutuhan industri nasional dan pasar internasional). Menurut Mira (2015), menjelaskan bahwa pengaruh program minapolitan terhadap kelembagaan usaha budidaya rumput laut yaitu adanya zonasi untuk budidaya rumput laut, pembentukan koperasi, pembentukan rumah kemasan, dan kepastian harga rumput laut.

Rumput laut merupakan komoditas yang banyak dikonsumsi oleh konsumen domestik maupun konsumen luar negeri. Konsumsi rumput laut yang tinggi dipengaruhi oleh manfaatnya yang baik untuk kesehatan. Manfaat rumput laut bagi kesehatan, antara lain ; (a) pencegahan pengeroposan tulang karena kalsium yang dihasilkan dari rumput laut, (b) pencegah kanker karena kandungan vitamin c dapat mengandung antioksidan, (c) menurunkan berat badan, (d) dapat mengurangi gejala penyakit hipertensi, dan (e) menjaga kesehatan tiroid. Menurut Fadli (2017), menjelaskan bahwa rumput laut di Kabupaten Lombok Timur memiliki keunggulan kompetitif dan keunggulan komparatif.

Industri makanan, kosmetik, farmasi, tekstil, dan pertanian memanfaatkan bahan baku yang berasal dari rumput laut sebagai sumber agar, karagenan, dan alginat yang digunakan sebagai stabilisator, pengental, pembentuk gel, pengemulsi, dan sebagainya (Safia et al, 2020). Rumput laut memiliki banyak manfaat terutama kandungan vitamin C sebagai antioksidan yang dapat melawan radikal bebas, bekerja dalam memilihara kolagen, penangkal sel kanker pada tubuh, untuk kecantikan kulit yaitu membuat kulit tampak lebih putih dan lembab. Rumput laut digunakan sebagai obat tradisional untuk batuk, asma, bronchitis, TBC, cacingan, sakit perut, demam, rematik (Muawanah, 2016). Agribisnis rumput laut yang dikembangkan di Kawasan Minapolitan Desa Seriwe, meliputi ; rumput laut *Eucheuma cottoni*, *Eucheuma Spinosum* dan *Eucheuma Gracillaria*. Akan tetapi, pengembangan agribisnis rumput laut *Eucheuma cottoni* menjadi prioritas utama untuk dikembangkan di Kawasan Minapolitan ini. Selain pasar terbuka luas, jenis rumput laut *Eucheuma cottoni* memiliki banyak manfaat bagi kesehatan sehingga banyak diminati oleh konsumen rumah tangga maupun konsumen industri. Menurut Nurcomariah et al (2020), bahwa peluang yang paling utama diperhatikan dalam pengembangan agribisnis rumput laut adalah trend permintaan rumput laut yang meningkat dari industri olahan maupun rumah tangga.

Pemasaran merupakan Suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk dengan pihak lain (Kotler, 2007). Pemasaran merupakan salah satu subsistem dalam system agribisnis yang memiliki peran penting dalam pengembangan agribisnis rumput laut. Peran pemasaran dalam konteks ini sebagai jembatan penghubung antara produksi di laut (hulu) dengan kebutuhan industri olahan rumput laut (hilir). Oleh karena itu, peran penting pemasaran dalam pengembangan agribisnis rumput laut yaitu membangun saluran pemasaran langsung ke pabrik pengolahan, membuka peluang

kerjasama kontrak berjangka, standar mutu produk rumput laut yang dihasilkan petani sesuai dengan permintaan pasar, mendorong terciptanya nilai tambah melalui hilirisasi, dan akses pasar global terbuka luas.

Kendala pemasaran rumput laut di Kabupaten Lombok Timur, antara lain ; (a) Fluktuasi harga rumput laut, (b) Kualitas rumput laut tidak memenuhi standar ekspor, (c) Rantai pemasaran yang tidak efisien, (d) Keterbatasan fasilitas pascapanen dan pengolahan, serta (d) Persoalan kelembagaan dan kemitraan. Kebijakan pemerintah Kabupaten Lombok Timur dalam mendukung pemasaran rumput laut diwujudkan dalam bentuk kemitraan pasar, bantuan sarana prasarana, dan pengembangan hilirisasi. Berdasarkan penelitian Hikmah & Purnomo (2017), menjelaskan bahwa permasalahan pemasaran rumput laut yaitu masih terdapatnya praktek-praktek lembaga pemasaran yang dapat mengurangi kualitas produk rumput laut terutama yang berkaitan dengan fungsi pemasaran seperti fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas. Strategi pemasaran rumput laut merupakan serangkaian rencana dan tindakan yang dirancang untuk mendistribusikan, mempromosikan, dan memasarkan produk rumput laut mentah (kering dan basah) secara efektif agar keuntungan maksimal dan target pasar terjangkau. Aspek utama dalam strategi pemasaran rumput laut atau dikenal dengan nama bauran pemasaran (marketing mix) meliputi ; produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*), dan promise (*promotion*). Menurut Kotler (2022), menjelaskan bahwa strategi pemasaran merupakan pola pikir pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, baik berupa strategi yang berkaitan dengan target pasar secara detail, penetapan posisi (*positioning*), bauran pemasaran, dan anggaran pemasaran.

Penelitian strategi pemasaran rumput laut sangat penting dilakukan untuk mengatasi fluktuasi harga, memotong rantai distribusi yang panjang, dan meningkatkan nilai tambah, sehingga petani dapat memperoleh margin keuntungan yang sesuai dan mampu bersaing dengan pasar yang lebih luas. Pertanyaan permasalahan dalam penelitian ini adalah: bagaimana strategi pemasaran agribisnis rumput laut di Kawasan Minapolitan Kabupaten Lombok Timur ?. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran agribisnis rumput laut di Kawasan Minapolitan Kabupaten Lombok Timur.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kawasan Minapolitan Desa Seriwe Kecamatan Jerowaru Kabupaten Lombok Timur. Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan pada wilayah ini sebagai pusat pengembangan agribisnis rumput laut di Pulau Lombok. Penelitian mulai dilakukan sejak bulan Maret sampai dengan bulan Mei 2026. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 35 orang, yang terdiri dari unsur petani rumput laut, pedagang rumput laut mentah dan olahan, unsur pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya yang terkait dengan penelitian ini. Penelitian ini menggunakan teknik wawancara terstruktur dengan bantuan kuesioner serta observasi langsung untuk memahami kondisi nyata kegiatan pemasaran rumput laut.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Menurut Arikunto (2014), data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian tanpa perantara, dan data sekunder diperoleh dari berbagai instansi dan sumber pendukung seperti Badan Pusat Statistik (BPS), laporan dinas pertanian, jurnal ilmiah, serta literatur lain yang relevan dengan topik penelitian. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, yaitu pendekatan yang bertujuan untuk memahami dan menjawab permasalahan yang sedang terjadi melalui proses pengumpulan data, penyusunan informasi, observasi, penarikan kesimpulan, serta interpretasi hasil. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup data kuantitatif dan kualitatif, yang bersumber dari

data primer berupa hasil wawancara dengan kuesioner, serta data sekunder yang diperoleh dari literatur, jurnal ilmiah, buku, dan dokumen relevan lainnya (Hadi et al., 2024). Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara deskriptif kuantitatif dengan fokus pada analisis IFE, EFE, dan IE untuk memperoleh rumusan strategi yang tepat dalam pemasaran agribisnis rumput laut di Kawasan Minapolitan Desa Seriwe Kabupaten Lombok Timur. Analisis IFE (Internal Factor Analysis Summary) menilai faktor internal perusahaan. Analisis EFE (External Factor Analysis Summary) untuk menilai factor eksternal perusahaan. Analisis IE (Internal-External) memetakan posisi perusahaan berdasarkan hasil gabungan total skor IFE dan EFE (David, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis IFE Pemasaran Agribisnis Rumput Laut

Analisis IFE merupakan analisis yang digunakan perusahaan untuk mengevaluasi lingkungan internalnya. Dalam konteks ini, pelaku UMKM atau pelaku usaha rumput laut di Kawasan Minapolitan Desa Seriwe Kabupaten Lombok Timur dilakukan Analisa lingkungan internalnya. Lingkungan internal terdiri dari dua factor yaitu factor kekuatan dan factor kelemahan. Hasil analisis IFE terkait dengan pemasaran agribisnis rumput laut di Desa Seriwe dapat dilihat pada Tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. Analisis IFE Pemasaran Agribisnis Rumput Laut di Kawasan Minapolitan Desa Seriwe Kabupaten Lombok Timur

Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
Kualitas Rumput Laut Yang Tinggi	0,10	3	0,30
Tingginya Permintaan Rumput Laut	0,08	4	0,32
Tingginya produksi rumput laut	0,07	3	0,21
Jaringan pasar rumput laut yang luas	0,08	4	0,32
Pelaku usaha rumput laut memiliki pengalaman Tinggi	0,07	3	0,21
	0,40		1,36
Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
Fasilitas Pengolahan Pascapanen terbatas	0,15	1	0,15
Masih memiliki Ketergantungan tinggi pada pengepul	0,12	2	0,24
Produk olahan rumput laut yang masih sedikit	0,10	1	0,10
Akses permodalan atau pembiayaan rendah	0,12	1	0,12
Penguasaan teknologi informasi yang rendah	0,11	1	0,11
	0,60		0,72
Total	1,00		2,08

Sumber: Data Primer diolah (2025)

Berdasarkan hasil analisis IFE, total skor kekuatan pemasaran agribisnis rumput laut di Kawasan Minapolitan Desa Seriwe Kabupaten Lombok Timur sebesar 2,08, dimana nilai kekuatan sebesar 1,36 dan nilai kelemahan sebesar 0,72. Nilai tersebut diperoleh dari hasil perkalian bobot dan rating pada masing-masing faktor. Nilai kekuatan lebih tinggi dibandingkan dengan nilai kelemahan menunjukkan bahwa potensi kekuatan dalam pemasaran rumput laut masih mampu mengendalikan kelemahan yang sering dihadapi. Selain itu, nilai kekuatan yang lebih tinggi pada analisis IFE ini mengindikasikan bahwa kondisi internal kuat dan sehat secara persaingan, serta sumber daya dan kemampuan internal yang dimiliki menjadi keunggulan utama disbanding pesaing. Kekuatan utama dalam analisis internal IFE ini adalah jaringan pasar yang luas dan tingginya permintaan rumput laut. Selanjutnya, kelemahan utama dalam analisis internal IFAS ini adalah tingginya

ketergantungan petani rumput laut terhadap pengepul dalam memasarkan produk rumput laut yang dihasilkan. Menurut Yusuf dan Yusuf (2026), menjabarkan mengenai perlunya kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat pelaku agribisnis rumput laut dalam menciptakan kondisi yang mendukung keberlanjutan pengembangan agribisnis rumput laut.

Menurut Nurlisyana et al (2022), menjelaskan saluran pemasaran rumput laut yang efisien adalah pemasaran rumput laut yang langsung dilakukan petani ke pedagang besar dan dilanjutkan ke eksportir (petani-pedagang besar-eksportir) karena memiliki margin pemasaran terendah, farmer's share tertinggi, dan rasio keuntungan terhadap biaya merata pada setiap Lembaga pemasaran. Berdasarkan penelitian Kusuma et al (2024), menjelaskan bahwa untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi rantai pasok ekspor rumput laut, strategi yang tepat meliputi perbaikan infrastruktur pengolahan, penerapan teknologi modern dalam budidaya dan pengolahan, serta penguatan kerjasama antar pemangku kepentingan.

Analisis EFE Pemasaran Agribisnis Rumput Laut

Analisis EFE merupakan alat manajemen strategis yang digunakan untuk mengevaluasi lingkungan eksternal perusahaan. Analisis ini membantu perusahaan mengidentifikasi serta memprioritaskan peluang yang dapat dimanfaatkan dan ancaman yang harus dihindari. Matriks EFE mencakup dua factor yaitu factor peluang dan factor ancaman. Matriks EFE terkait dengan pemasaran agribisnis rumput laut dapat dilihat pada Tabel 2 dibawah ini.

Tabel 2. Matriks EFE dalam Pemasaran Agribisnis Rumput Laut di Desa Seriwe

Peluang	Bobot	Rating	Skor
Tinggi permintaan industri olahan dan ekspor	0,10	3	0,30
Regulasi pemerintah yang mendukung pengembangan agribisnis rumput laut	0,09	4	0,36
Potensi wilayah yang cocok untuk pengembangan agribisnis rumput laut	0,08	4	0,32
Akses pemasaran berbasis digital tersedia platformnya	0,08	3	0,24
Dukungan kelembagaan, UMKM, dan Industri	0,05	3	0,15
	0,40		1,37
Ancaman	Bobot	Rating	Skor
Harga rumput laut di tingkat petani cenderung fluktuatif	0,13	2	0,26
Petani tidak mampu memenuhi permintaan karena produksi menurun dan gagal panen	0,12	1	0,12
<i>Bargaining position</i> petani dalam pemasaran rumput laut cukup rendah	0,11	1	0,11
Fasilitas produksi, penanganan pasacapanen dan distribusi produk masih terbatas	0,12	2	0,24
Anomali cuaca adan iklim tidak menentu berpengaruh terhadap ketersediaan pasokan	0,12	1	0,12
	0,60		0,85
Total	1,00		2,22

Sumber: Data Primer diolah (2025)

Berdasarkan hasil analisis pada tabel EFE, diperoleh total skor peluang sebesar 1,37 dan ancaman sebesar 0,85, dengan total keseluruhan 2,22. Nilai tersebut menunjukkan bahwa peluang dapat diprioritaskan pelaku usaha agribisnis rumput laut sebagai dasar untuk pengembangan. Selain itu, peluang yang ada dapat dimanfaatkan untuk menghindari ancaman yang biasa terjadi pada saat pengembangan usaha ini. Peluang utama yang dapat

dimanfaatkan adalah permintaan ekspor terus meningkat, diikuti oleh dukungan program pemerintah dan potensi wisata kuliner lokal. Di sisi lain, fluktuasi harga ekspor, persaingan harga antar daerah, serta ketergantungan pada pengepul luar daerah menjadi ancaman utama yang harus diantisipasi. Menurut Arthatiani et al (2021), menjelaskan bahwa upaya yang dapat dilakukan dalam menghadapi penurunan signifikan ekspor rumput laut yaitu pengembangan industri rumput laut, dan diversifikasi jenis rumput laut yang diproduksi.

Analisis IE Pemasaran Agribisnis Rumput Laut

Analisis IE merupakan alat analisis dalam strategi bisnis yang memetakan posisi perusahaan kedalam matriks sembilan sel berdasarkan total skor Evaluasi Faktor Internal (IFE) dan Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) untuk menentukan arah kebijakan perusahaan secara presisi. Skor analisis IE ditentukan berdasarkan plot total nilai tertimbang sumbu-X (faktor internal IFE) dan sumbu-Y (faktor eksternal/EFE) kedalam diagram sembilan sel. Sel I, II, dan IV merupakan zona tumbuh dan bangun atau *Grow and Build*, dimana strategi yang cocok adalah intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk) atau integrasi (integrasi ke depan, ke belakang, horizontal). Sel III, V, VII (Zona Pertahankan atau *Hold and Maintain*), dimana strategi yang cocok adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk. Sel VI, VIII, dan IX (Zona Panen dan Divestasi atau *Harvest and Divest*), dimana strategi yang cocok adalah pengurangan biaya atau divestasi (menjual aset atau unit bisnis). Berikut Gambar matriks IE dalam strategi pemasaran agribisnis rumput laut di Kawasan Minapolitan Desa Seriwe Kabupaten Lombok Timur.

		Total Skor IFE			
		4,0	3,0	2,0	1,0
EFE	4,0	I	II	III	
	3,0	IV	V	VI	
	2,0	VII		VIII	IX
	1,0				

Gambar 1. Matriks I-E Strategi Pemasaran Agribisnis Rumput Laut di Desa Seriwe

Berdasarkan analisis matriks IE, strategi pemasaran agribisnis rumput laut di Desa Seriwe Kabupaten Lombok Timur berada pada kuadran V. . Posisi Kuadran V pada matriks IE adalah zona pertahankan (*hold* dan *maintain*). Strategi utama yang dikembangkan dalam kuadran V ini adalah pertumbuhan/stabilitas. Hal ini dapat diwujudkan melalui penetrasi

pasar dan pengembangan produk, dimana pelaku usaha tidak disarankan untuk mengambil risiko ekspansi besar-besaran (agresif) tetapi focus pada stabilitas. Strategi agresif mencakup penetrasi pasar, pengembangan produk, integrase vertical, dan diversifikasi (Wilujeng et al, 2024). Selanjutnya, focus operasional pada kuadran V ini adalah memelihara posisi agar tidak turun ke area lemah, meningkatkan efisiensi, dan menjaga pangsa pasar yang ada. Oleh karena itu, strategi konsentrasi melalui integrase horizontal atau strategi intensif menjadi focus utama dalam pengembangan strategi pemasaran rumput laut. Menurut David (2019), menjelaskan bahwa strategi intensif merupakan strategi yang memberikan syarat pada perusahaan bahwa usaha yang dijalankan sedang dalam kondisi intensif dan kompetitif. Strategi intensif mengacu pada strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Berdasarkan penelitian Syahrir (2017), menunjukkan strategi pemasaran rumput laut melalui kemitraan langsung dengan industri pengolahan dan eksportir, menata distribusi pemasaran yang menguntungkan semua pelaku pasar, meningkatkan kualitas produk sesuai standar pasar, dan lainnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis IFE menunjukkan bahwa Kekuatan utama dalam analisis internal adalah jaringan pasar yang luas dan tingginya permintaan rumput laut. Selanjutnya, kelemahan utama dalam analisis internal adalah tingginya ketergantungan petani rumput laut terhadap pengepul dalam memasarkan produk rumput laut yang dihasilkan. Selanjutnya, hasil analisis EFE menunjukkan bahwa Peluang utama yang dapat dimanfaatkan adalah permintaan ekspor terus meningkat, diikuti oleh dukungan program pemerintah dan potensi wisata kuliner lokal. Di sisi lain, fluktuasi harga ekspor, persaingan harga antar daerah, serta ketergantungan pada pengepul luar daerah menjadi ancaman utama yang harus diantisipasi. Berdasarkan hasil analisis IE, strategi yang diterapkan dalam pemasaran agribisnis rumput laut di Kawasan Minapolitan Kabupaten Lombok Timur adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk, dimana pelaku usaha tidak disarankan untuk mengambil risiko ekspansi besar-besaran (agresif) tetapi focus pada stabilitas. Selanjutnya, focus operasional pada kuadran V ini adalah memelihara posisi agar tidak turun ke area lemah, meningkatkan efisiensi, dan menjaga pangsa pasar yang ada.

Saran dari penelitian ini adalah perlu adanya penelitian lanjutan terkait strategi pengembangan agribisnis rumput laut yang berkelanjutan. Penelitian ini penting karena wilayah Seriwe ditetapkan sebagai wilayah minapolitan dalam pengembangan agribisnis rumput laut di Nusa Tenggara Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2014. *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arthathiani F.Y., Wardono B., Luhur E.S., dan Apriliani T. 2021. Analisis Situasional Kinerja Ekspor Rumput Laut Indonesia pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Kebijakan Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian*, Juni 2021, Volume 11, Nomor 1, Halaman 1-12.
- David F.R.. 2019. *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Bersaing-Konsep*. Edisi 15. Cetakan Ketiga. Salemba Empat. Jakarta.
- David, Fred R. 2011. *Strategic Management: Manajemen Strategi Konsep* (Edisi ke-12). Jakarta: Salemba Empat
- Davis J.H and R.A. Goldberg. 1957. *A Concept of Agribusiness* Harvard Business School. Research Division.

- Fadli. 2017. Analisis Daya Saing Agribisnis Rumput Laut di Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, Volume 5, Nomor 2, Desember 2017, Halaman 89-102, ISSN 2354-5690, E-ISSN 2579-3594.
- Hadi A. Ndan Gunawan K. I. 2024. Analisis Kelayakan Usaha Petani Rumput Laut (Studi Kasus Di Dusun Tanjungsari Desa Kupang Kecamatan Jabon Kabupaten Sidoarjo). *MUSYTARI: Neraca Manajemen, Ekonomi*, Volume 4, Nomor 2, Tahun 2024, Halaman 175-189.
- Hikmah dan Purnomo A.H. 2017. Saluran, Margin dan Efisiensi Pemasaran Rumput Laut di Sentra Kawasan Minapolitan Kabupaten Sumbawa. *Buletin Ilmiah “MARINA” Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, Volume 3, Nomor 2, Tahun 2017, Halaman 61-69.
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2007 *ManajemenPemasaran*. Terjemahan Benyamin Molan. Edisi Kedua belas. Jilid 2, PT. Macanana Jaya Cemerlang, Jakarta.
- Kotler, P dan Keller, K. L. 2022. *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education
- Kusuma E.A.S., Lestari H.K.J., Mardiyanto A.P., dan Afrad M. 2024. Analisis Potensi dan Strategi Ekspor Rumput Laut dengan Model SWOT di Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Kelitbangan*, Tahun 2024, Volume 12, Nomor 3, Halaman 1-11.
- Mira. 2015. Pengaruh Program Minapolitan Terhadap Kelembagaan Usaha Budidaya Rumput laut di Pulau Sumbawa. *Buletin Ilmiah “MARINA” Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, Volume 1, Nomor 1, Tahun 2015, Halaman 11-17.
- Mokoginta D.C., Poluan R.J., dan Lakat R.M.S. 2021. Ketersediaan Sarana Prasarana dan Kriteria Khusus Kawasan Minapolitan di Kecamatan Nuangan Kabupaten Bolaang Mongondow Timur. *Jurnal Spasial*, Volume 8, Nmor 1, 2021, ISSN 2442-3262.
- Muawanah. 2016. Kandungan Vitamin C Pada Beberapa Rumput Laut di Kabupaten Bulukumba. *Jurnal Medika : Media Ilmiah Analis Kesehatan*, Volume 01, Nomor 03, Desember 2016, ISSN 2540-7910.
- Nurcomariah, Hubeis M., dan Trilaksana W. 2020. Strategi Pengembangan Agribisnis Rumput Laut *Gracillaria* di Karangantu Serang Banten. *Manajemen IKM*, Februari 2020, Volume 15, Nomor 1, Halaman 62-69.
- Nurlisyana W., Amanda D., dan Sehabudin U. 2022. Analisis Pemasaran Rumput Laut (*Eucheuma cottoni*) di Desa Tua Nanga Kecamatan Poto Tano Kabupaten Sumbawa Barat.
- Syafia W., Budiyaniti, dan Musrif. 2020. Kandungan Nutrisi dan Senyawa Bioaktif Rumput Laut Yang Dibudidayakan Dengan Teknik Rakit Gantung Pada Kedalaman Berbeda. *JPHPI*, Volume 23, Nomor 02, Tahun 2020.
- Syahrir M. 2017. Analisis Strategi Pemasaran Rumput Laut (*Gracilaria sp*) di Kabupaten Bone (Studi Kasus Di Kecamatan Sibulue). *Jurnal Agrominansia*, 2(2), Desember 2017, ISSN 2527-4538.
- Wilujeng M.N.G., Desitama F.S., Siswahyudianto, dan Sari N.R. 2024. Analisis Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode SWOT pada Rumah Makan Griyo Semar Mesem. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, Volume 5, Nomor 4, Tahun 2024, Halaman 2652-2670.
- Yusuf, La Ode M.I., dan Yusuf, La Ode Apriyanto. 2026. Strategi Produksi Rumput Laut Berkelanjutan di Kabupaten Muna, Sulawesi Tenggara. *Policy Brief : Pertanian Kelautan, dan Biosains Tropika*, Tahun 2026, Volume 8, Nomor 1, Halaman 1572-1576.