

**AGRIEKONOMIKA**  
**JURNAL SOSIAL EKONOMI DAN KEBIJAKAN PERTANIAN**  
**ISSN 2301-9948**  
**e ISSN 2407-6260**

**VOLUME 1 NOMOR 2 OKTOBER 2012**

AGRIEKONOMIKA, terbit dua kali dalam setahun yaitu pada April dan Oktober yang memuat naskah hasil pemikiran dan hasil penelitian bidang sosial, ekonomi dan kebijakan pertanian dalam arti umum.

**Pemimpin Redaksi**

Ihsannudin

**Redaksi Pelaksana**

Elys Fauziyah  
Andri K. Sunyigono  
Slamet Widodo

**Tata Letak dan Perwajahan**

Taufik R.D.A Nugroho  
Mokh Rum

**Pelaksana Tata Usaha**

Taufani Sagita  
Reni Purnamasari

**Mitra Bestari**

Subejo, SP, M.Sc, Ph.D (UGM)  
Dr. Prasetyono (UTM)  
Prof. Dr. Ir. Muhammad Zainuri, M.Sc

**Alamat Redaksi**

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian  
Universitas Trunojoyo Madura  
Jl. Raya Telang 02 Kamal Bangkalan  
Telp. (031) 3013234 Fax. (031) 3011506  
Surat elektronik: [agriekonomika@gmail.com](mailto:agriekonomika@gmail.com)  
Laman: <http://agribisnis.trunojoyo.ac.id/agriekonomika>

AGRIEKONOMIKA diterbitkan sejak April 2012 oleh Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Trunojoyo Madura.

Redaksi mengundang segenap penulis untuk mengirim naskah yang belum pernah diterbitkan oleh media maupun lembaga lain. Pedoman penulisan dapat dilihat pada bagian belakang jurnal. Naskah yang masuk dievaluasi oleh mitra bestari dan redaksi pelaksana dengan metode *blind review*.

**AGRIEKONOMIKA**  
**JURNAL SOSIAL EKONOMI DAN KEBIJAKAN PERTANIAN**  
**ISSN 2301-9948**  
**e ISSN 2407-6260**

**VOLUME 1 NOMOR 2 OKTOBER 2012**

**DAFTAR ISI**

**AKSESIBILITAS PETANI DALAM AGRIBISNIS BAWANG MERAH DI LAHAN PASIR PANTAI KECAMATAN SANDEN KABUPATEN BANTUL..... 89**  
Roso Witjaksono\*), Mudiyono\*\*), dan Sunarru Samsi Hariadi\*\*)

**KAJIAN PEMASARAN RUMPUT LAUT (Eucheuma Cottoni) (Studi Kasus Desa Tanjung, Pademawu, Pamekasan) ..... 103**  
Maftuhah dan Amanatuz Zuhriyah

**PROSPEK PENGEMBANGAN PROGRAM KEMITRAAN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENDAPATAN USAHATANI BENIH BUNCIS PADAPROGAM KEMITRAAN (CONTRACTFARMING)PT. BENIH CITRA ASIA ..... 117**  
Joni Murti Mulyo Aji, Yuli Hariyati<sup>1</sup> dan Imaniar Agustina

**USAHATANI JERUK MENDUKUNG PENDAPATAN PETANI PADA LAHAN PASANG SURUT DI KALIMANTAN SELATAN ..... 129**  
Rismarini Zuraida

**STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI KERUPUK TERASI(Studi Kasus Di Desa Plosobuden, Deket, Lamongan) ..... 135**  
Nur R. Khoiriyah, Aminah H.M. Ariyani, dan Elys Fauziyah

**PERILAKU KONSUMEN TERHADAP MANGGA ARUMANIS DI TIGA KOTA BESAR DI INDONESIA..... 149**  
Tutik Setyawati

**POTENSI USAHATANI MELATI RATOH EBUH SEBAGAI KOMODITI UNGGULAN DAERAH DI JAWA TIMUR..... 160**  
Novi Diana Badrut Tamami

**KONTRIBUSI USAHATANI LAHAN SURUTAN BENDUNGAN SERBAGUNA WONOGIRI TERHADAP KESEJAHTERAAN RUMAH TANGGA PETANI PENYEWA LAHAN SURUTAN..... 181**  
Emi Widiyanti, Marcelinus Molo dan Bekti WahyuUtami

## KAJIAN PEMASARAN RUMPUT LAUT (*Eucheuma Cottoni*) (Studi Kasus Desa Tanjung, Pademawu, Pamekasan)

Maftuhah dan Amanatuz Zuhriyah  
Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Trunojoyo Madura  
maftuhahsweet@yahoo.com; amanatuz.zuhriyah@gmail.com

### ABSTRACT

*Pamekasan, have great potential for the development of seaweed farming. The aims of this study are to know: marketing channels and marketing margins. The method of sampling was done by using incidental sampling and snowball sampling. Mean while, the methods of collecting data through observations, distributing questionnaires, interviews, library research and documentation. Data analysis using analysis of R/C ratio to determine the feasibility of the business and margin analysis to determine the efficiency of marketing. The results showed that a). seaweed farming are viable with R/C ratio 1.151 for the wet sales and 1.77 for the dry sales. B) there are two seaweed marketing channels, first: farmers € middlemen € plant collectors € factories, second: farmers € plant collectors € factories. The analysis of marketing margins, showed that marketing channels of wet seaweed was inefficient, while marketing channels of dried seaweed was efficient.*

*Keywords: seaweed, marketing.*

### PENDAHULUAN

Sebagai negara kepulauan dengan jumlah pulau mencapai 17,504 buah dan panjang pantai yang mencapai 81.000 km, Indonesia memiliki peluang dan potensi budidaya komoditi laut yang sangat besar untuk dikembangkan. Luas potensi budidaya laut diperkirakan mencapai 26 juta ha, dan kurang lebih dua juta ha diantaranya sangat potensial untuk pengembangan rumput laut dengan potensi produksi rumput laut kering rata-rata 16 ton per Ha. Berdasarkan data DKP RI tahun 2008, apabila seluruh lahan dapat dimanfaatkan maka akan diperoleh kurang lebih 32 juta ton per tahun. Apabila harga rumput laut sebesar Rp 4.5 juta per ton, maka penerimaan yang diperoleh berkisar Rp 144 triliun per tahun. Potensi rumput laut Indonesia dapat menjadi salah satu sumber pemasukan bagi devisa negara, dan juga mampu menjadikan Indonesia sebagai negara pengekspor rumput laut kering terbesar dunia. (DKP,2008)

Rumput Laut merupakan salah satu komoditas unggulan dalam program Peningkatan Produksi Perikanan Budidaya untuk Ekspor (PROPEKAN). Usaha budidaya rumput laut telah membuktikan dapat mengentaskan kemiskinan terutama di kantong-kantong daerah miskin di pesisir, karena dengan modal kecil dan teknologi yang sangat sederhana dapat memperoleh keuntungan yang cukup besar dalam waktu yang singkat, apalagi permintaan nasional maupun internasional yang cenderung meningkat. Usaha produksi rumput laut ini juga mampu menyerap banyak tenaga kerja. (Utami,2010)

Produksirumput laut Indonesia pada tahun 2006 telah mencapai 1,174,996 ton, dan meningkat menjadi 1,733,705 ton pada tahun 2007. Peningkatan produksi tersebut memberikan kontribusi yang besar dalam perbaikan posisi

Indonesia dalam perdagangan internasional rumput laut. Ekspor rumput laut Indonesia selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya, ekspor Indonesia cenderung meningkat dengan rata-rata peningkatan 22.38 persen per tahun (FAO, 2008). Perkembangan volume ekspor rumput laut yang demikian tinggi mencerminkan adanya peluang dan demand yang semakin besar di pasar internasional terhadap rumput laut Indonesia. Kondisi ini seharusnya dapat menunjukkan bahwa Indonesia memiliki daya saing yang semakin kompetitif di pasar internasional.

Kabupaten Pamekasan merupakan salah satu kabupaten yang menghasilkan atau membudidayakan rumput laut di Pulau Madura karena perairan Pamekasan juga berpotensi besar untuk pengembangan budidaya rumput laut. Potensi rumput laut di Pamekasan tersebar di Kecamatan Pademawu dan Kecamatan Tlanakan. Usaha budidaya rumput laut di Pamekasan berawal sejak tahun 2007. Namun, diantara kedua kecamatan tersebut yang tetap bertahan hingga sekarang adalah kecamatan Pademawu yaitu di Desa Tanjung.

**Tabel 1.**  
**Produksi Rumput Laut Di Kabupaten Pamekasan**

No	Jumlah informasi data	2007	2008	2009	2010
1	Produksibasah (kg)	402.390	489.030	1.607.667	1.736.938
2	Produksi kering(kg)	67.065	81.505	267.994,5	289.489,7

Sumber: Dinas perikanan dan kelautan Pamekasan, 2011

Dilihat dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa produksi rumput laut di Kabupaten Pamekasan mengalami peningkatan setiap tahun, ini menunjukkan bahwa pamekasan memiliki potensi besar untuk pengembangan budidaya rumput laut. Namun, seiring dengan peningkatan produksi tersebut perlu adanya analisis untuk mengetahui apakah usaha budidaya rumput laut menguntungkan atau rugi, serta pemasarannya sudah efisien atau belum efisien. Oleh Karena itu, perlu dilakukan penelitian tentang analisis finansial dan pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Pademawu kabupaten Pamekasan.

## **METODE PENELITIAN**

Lokasi penelitian dilakukan di Desa Tanjung Kecamatan Pademawu, Kabupaten Pamekasan. Pemilihan daerah penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*). Populasi penelitian ini adalah petani rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan. Sampel diambil di satu desa yaitu Desa Tanjung karena yang membudiyakan rumput laut Di Kecamatan Pademawu hanya di Desa Tanjung. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik sampling dan *snowball sampling*. Penentuan responden diambil 10 % dari total jumlah keseluruhan populasi, apabila diketahui jumlah populasi diatas 100 responden (Arikunto, 2002). Petani yang diambil dalam penelitian ini yaitu sebanyak 15 % dari jumlah petani rumput laut yang menggunakan metode *longline* yang ada di Desa Tanjung. Dimana total polulasinya sebesar 343 petani. Diantaranya terdiri 264 petani menggunakan metode *longline* dan sisanya menggunakan rakit apung. Sehingga sampel diambil sebesar 15% dari 264 petani yaitu sebanyak 40 responden.

## Metode Analisis Data

### Analisis Pendapatan

Rasio dan pendapatan *revenue cost ratio* (R/C) dilakukan untuk melihat kelayakan usaha. Analisis R/C Ratio, merupakan perbandingan antara hasil (*revenue*) dengan biaya operasional (*cost*). Analisis R/C Ratio dilakukan dengan cara sebagai berikut:

$$\Pi = TR - TC$$

$$TR = P \cdot Q$$

$$TC = FC + VC$$

Dimana:

- ... = Pendapatan
- TR = Total Revenue (total penerimaan)
- TC = Total Cost (total biaya)
- P = Harga output
- Q = Output yang dihasilkan

$$R/C \text{ Ratio} = \frac{TR}{TC}$$

Keterangan:

- † = Keuntungan
- TR = Penerimaan total
- TC = Biaya total

Dengan

R/C > 1: berarti aktifitas usahatani efisien dan menguntungkan

R/C = 1: berarti aktifitas usahatani tidak untung dan tidak rugi (impas)

R/C < 1: berarti aktifitas usahatani tidak efisien dan tidak menguntungkan.

### Analisis Marjin Pemasaran

$$MP = Pr - Pf$$

Dimana:

- MP = Marjin Pemasaran
- Pf = Harga ditingkat produsen/Petani (Rp)
- Pr = Harga ditingkat Konsumen/lembaga terakhir (Rp)

Untuk menghitung *share* atau keuntungan yang diterima petani dapat diperoleh dengan cara:

$$\text{Share keuntungan} = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Dimana:

- Pr = Harga ditingkat konsumen
- Pf = Harga ditingkat produsen

Distribusi margin pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$DM = \frac{M_i}{M_{total}} \times 100\%$$

Dimana:

DM = Distribusi Margin

M<sub>i</sub> = Margin Pemasaran kelompok lembaga pemasaran, i = 1 (pedagang pengumpul), i = 2 (pedagang pengecer), M total = M<sub>1</sub>+M<sub>2</sub>+...+M<sub>n</sub> yang merupakan margin pemasaran dari masing-masing lembaga pemasaran.

M Total = Pr - Pf

Dengan: M = Margin, Pr = Harga ditingkat konsumen (Rp), Pf = Harga ditingkat produsen (Rp)

Share atau keuntungan biaya lembaga ke-i dan jenis biaya ke-j adalah:

$$S_{bij} = \frac{B_{ij}}{Pr - Pf} \times 100\%$$

Tabel 2.  
Format perhitungan margin

No	Lembaga Pemasaran dan komponen margin	Kode Nilai (Rp/kg)	Distribusi Margin (%)	Share (%)
1	Petani			
	a. Harga jual	A		a/m
2	Tengkulak			
	a. Harga Beli	A	b/MP	b/m
	b. Biaya Pemasaran	B	C/MP	c/m
	c. Keuntungan	C		
	d. Harga Jual	D		
3	Pedagang Prngumpul			
	a. Harga Beli	D		
	b. Biaya Pemasaran	E	e/MP	e/m
	c. Keuntungan	F	f/MP	f/m
	d. Harga Jual	G		
4	Pedagang Besar			
	a. Harga Beli	G		
	b. Biaya Pemasaran	H	h/MP	h/m
	c. Keuntungan	I	i/MP	i/m
	d. Harga Jual	J		
5	Pengecer			
	a. Harga Beli	J		
	b. Biaya Pemasaran	K	k/MP	k/m
	c. Keuntungan	L	l/MP	l/m
	d. Harga Jual	M		
	Margin Pemasaran	MP= m-a	100	

Sumber: Masrofie (1994)

Keterangan:

- b, e, h, k = biaya lembaga pemasaran ke-2, ke-3, ke-4, ke-5  
 c, f, i, l = Keuntungan lembaga pemasaran ke-2, ke-3, ke-4, ke-5  
 MP = Margin Pemasaran  
 m = harga jual ditingkat konsumen (lembaga terakhir)  
 a = harga ditingkat produsen

Sedangkan *share* atau keuntungan lembaga pemasaran adalah:

$$Ski = \frac{Ki}{K_{total}} \times 100 \qquad K \text{ total} = Pji - Pbi - Bij$$

Dimana:

- Sbij : Biaya untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-l oleh lembaga pemasaran ke-j.  
 Ski : *Share* keuntungan lembaga pemasaran ke-i  
 Ki : Keuntungan lembaga pemasaran ke-i  
 Pij : Harga jual lembaga ke-i  
 Pbi : Harga beli lembaga ke-i  
 Bij : Biaya fungsi pemasaran lembaga ke-l oleh lembaga pemasaran ke-j  
 K : Keuntungan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode yang digunakan dalam usahatani rumput laut di desa Tanjung kecamatan Pademawu terdiri dari dua jenis yaitu metode rakit apung dan tali tunggal (*long line*), pada umumnya petani rumput laut di desa tersebut menggunakan metode tali tunggal (*longline*), karena petani menganggap metode talipembuatannya lebih mudah dan biaya yang diperlukan lebih murah serta alat-alat produksinya seperti tali tersebut lebih tahan lama dari pada bambu pada penggunaan metode rakit apung.

Biaya dalam usahatani rumput laut dibedakan atas biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap yang dikeluarkan petani untuk usahatani rumput laut adalah biaya penyusutan alat sedangkan biaya variabel yaitu bibit dan tenaga kerja. Rata-rata dari keseluruhan biaya tersebut dapat dilihat dalam tabel dibawah ini.

Tabel 3.

Total Biaya Usahatani Rumput Laut Metode Tali Tunggal		
Jenis Biaya	Jenis Basah	Penjualan Kering
Biaya Tetap (Rp)		
Biaya Penyusutan alat	22.327	22.327
Total Biaya tetap	22.327	22.327
Biaya Variabel (Rp)		
Bibit	267.150	267.150
Tenaga Kerja	230.600	308.890
Total Biaya Variabel	497.750	576.040
Total Biaya (Rp)	520.077	598.367

Sumber: Data Primer diolah 2011

Pada biaya tetap usahatani rumput laut adalah biaya yang relatif tetap jumlahnya, dan terus dikeluarkan walaupun produksi rumput laut yang diperoleh banyak atau sedikit. Biaya variabel usahatani rumput laut adalah biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh jumlah produksi yang diperoleh.

Biaya penyusutan peralatan pada usaha budidaya rumput laut dengan metode tali tunggal adalah; penyusutan bambu, tali ris, tali rafia, tali jangkar, jangkar/beton, pancung dan pelampung. Total biaya tetap usaha budidaya rumput laut metode tali tunggal sebesar Rp 22.327 pada panjang tali 800m dalam satu kali produksi.

Biaya variabel dalam usahatani rumput laut meliputi; bibit dan biaya tenaga kerja. Biaya tenaga kerja ini meliputi kegiatan pembuatan tali, pengikatan bibit, pemeliharaan, pemanenan dan biaya mengangkut (transportasi). Total biaya variabel yaitu sebesar Rp 520.077, terdiri dari biaya bibit Rp. 267.150 dan biaya tenaga kerja Rp. 230.600. Sehingga diperoleh total biaya usaha budidaya rumput laut pada penjualan rumput laut basah sebesar Rp.520.077. sedangkan biaya variable ntuk penjualan rumput laut kering sebesar Rp.598.367 terdiri dari biaya bibit Rp. 267.150 dan biaya tenaga kerja Rp. 308.890 sehingga diperoleh total biaya usaha rumput laut pada penjualan kering sebesar Rp. 598.367 padapanjang tali 800m dalam satu kali produksi.

#### Analisis Produksi dan Penerimaan Usaha Budidaya Rumput Laut

Penerimaan pada usahatani rumput laut tergantung pada jumlah produksi yang dihasilkan pada setiap produksi serta harga hasil produksi yang ada di pasar. Besarnya rata-rata produksi rumput laut pada usaha budidaya rumput laut setiap kali panen.

**Tabel4.**  
**Penerimaan Rumput laut Metode Tali Tunggal pada Panjang tali 800m**

Uraian	Basah	Kering
Produksi (Kg)	783	112
Penerimaan (Rp)	782.900	1.062.507

Sumber: Data Primer diolah 2011

Besarnya rata-rata produksi usahatani rumput laut dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa hasil produksi rumput laut dengan metode tali tunggal (*longline method*) diketahui dari harga satuan per kg rumput laut dengan asumsi pada saat penelitian sebesar Rp 1.000/kg rumput laut basah, dimana produksinya sebesar 783 kg sehingga penerimaan sebesar Rp. 782.900 sedangkan pada produksi rumput laut kering sebesar 112 kg dengan harga Rp. 9.500/kg sehingga diperoleh penerimaan sebesar Rp. 1.062.507 pada panjang tali 800 m dalam satu kali produksi.

#### Analisis Keuntungan Usahatani rumput laut

Keuntungan yang diperoleh petani dalam usahatani rumput laut diperoleh dari penerimaan dikurangi total biaya. Rata-rata keuntungan usahatani rumput laut setiap 1xproduksi dapat dilihat dalam table berikut:



Tabel 5.  
Keuntungan Usahatani Rumput Laut Metode Tali Tunggol pada Panjang Tali 800m.

Uraian	Basah	Kering
Total Penerimaan (Rp)	782.900	1.062.507
Total Biaya (Rp)	520.077	598.367
Keuntungan (Rp)	262.823	464.140

Sumber: Data Primer diolah 2011

Hasil rata-rata keuntungan usahatani rumput laut dengan menggunakan metode tali tunggol (*longline method*) yang dijual dalam kondisi basah sebesar Rp. 262.823, sedangkan keuntungan petani yang menjual dalam kondisi kering sebesar Rp. 464.140 pada panjang tali 800 m dalam setiap kali panen yaitu 45 hari.

### Analisis Return Cost Rasio (RC)

Analisis R/C Ratio merupakan perbandingan antara hasil penerimaan (*revenue*) dengan biaya operasional (*cost*). Berdasarkan analisis R/C dari masing-masing metode pada usahatani rumput laut seperti yang terdapat pada tabel 6.

Tabel 6.  
Return Cost Rasio(R/C) Usahatani Rumput Laut Metode Tali Tunggol pada Panjang Tali 800m

Uraian	Basah	Kering
Total Penerimaan (Rp)	782.900	1.062.507
Total Biaya (Rp)	520.077	598.367
Return Cost (R/C)	1,51	1,77

Sumber: Data Primer diolah 2011

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa R/C ratio untuk usaha budidaya rumput laut pada metode tali tunggol >1 baik pada saat petani menjual dalam kondisi basah (sebesar 1,51) dan dalam kondisi kering dengan R/C ratio 1,77 yang berarti bahwa usaha budidaya rumput laut sama-sama menguntungkan dan layak untuk dibudidayakan.

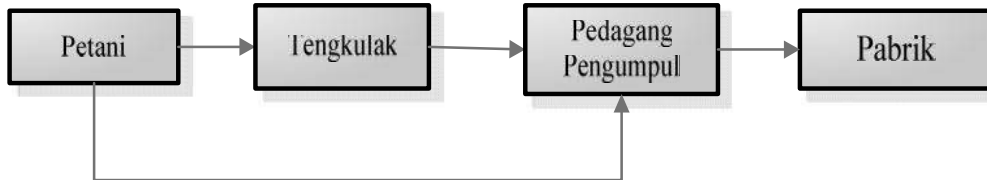
### Analisis Saluran Pemasaran Rumput Laut

Saluran pemasaran adalah organisasi suatu produk atau lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses penyaluran pemasaran suatu produk dan jasa, sehingga produk dan jasa menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen.

Banyak jalur yang digunakan petani dan lembaga pemasaran dalam memasarkan rumput laut. Distribusi rumput laut dari pusat produksi hingga ke konsumen akhir, berdasarkan wawancara dan pengamatan dilapangan dengan menggunakan teknik *snow ball sampling* yaitu dari beberapa petani dan pedagang pengumpul di Desa Tanjung Kecamatan Pademawu. Berdasarkan skema alur

pemasaran rumput laut dari produsen hingga konsumen dapat dilihat bahwa terdapat dua tipe saluran pemasaran yang terbentuk yaitu;

1. Petani --- Tengkulak --- Pedagang pengumpul --- Pabrik



**Gambar 1. Skema Saluran Pemasaran Rumput Laut di Desa Tanjung Kecamatan Pademawu.**

2. Petani --- Pedagang pengumpul --- Pabrik.

Dengan adanya perbedaan saluran dan panjang pendeknya saluran pemasaran ini akan mempengaruhi tingkat harga, bagian keuntungan dan biaya serta margin pemasaran yang diterima setiap pelaku pemasaran rumput laut.

### Fungsi-Fungsi Pemasaran Rumput Laut

Fungsi pemasaran rumput laut merupakan kegiatan yang dilakukan oleh petani dan lembaga pemasaran dalam rangka menyampaikan komoditi jasa dari produsen ke konsumen. Gambaran fungsi • fungsi pemasaran yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran rumput laut di Desa Tanjung Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan dapat dilihat pada tabel 7.

**Tabel 7.**  
**Fungsi-Fungsi Pemasaran Rumput Laut**

No	Fungsi-fungsi Pemasaran	Petani	Tengkulak	Pedagang Pengumpul
1	Pembelian		x	x
2	Penjualan	x	x	x
3	Pengeringan		x	x
4	Penyimpanan		x	x
5	Penyusutan		x	x
6	Packaging		x	x
7	Transportasi		x	x

Sumber: Data Primer diolah 2011

Adapun kegiatan fungsi-fungsi pemasaran rumput laut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Petani, hanya melakukan satu fungsi pemasaran yaitu, penjualan. Penjualan rumput laut dilakukan secara langsung di Desa Tanjung (tempat budidaya). Jenis rumput laut yang dijual bisa dalam kondisi basah atau kering. Penentuan harga ditingkat petani berdasarkan harga ketetapan yang berlaku dipasaran (harga yang ditetapkan di tengkulak/pedagang pengumpul). Tetapi pedagang pengumpul sebagai penentu harga terkuat. Rata • rata harga jual rumput laut pada saat penelitian Rp.1000/kg rumput laut basah dan Rp. 9.500/kg rumput laut kering.

2. Tengkulak. Kegiatan - kegiatan pemasaran yang dilakukan meliputi:
  - a. Pembelian. Pembelian yang dilakukan tengkulak adalah membeli rumput laut dari petani baik dalam kondisi kering atau basah, kemudian dari tengkulak menjualnya ke pedagang pengumpul. Harga beli rumput laut pada saat penelitian adalah Rp. 1000/kg rumput laut basah dan Rp. 9.500/kg rumput laut kering.
  - b. Pengeringan. Setelah melakukan pembelian, tengkulak kemudian melakukan pengeringan rumput laut, fungsi pengeringan ini berlaku apabila tengkulak membeli rumput laut dalam kondisi basah, sedangkan apabila tengkulak membeli rumput laut dalam kondisi kering dari petani maka tidak perlu melakukan fungsi pengeringan. Biaya yang dikeluarkan pada fungsi ini meliputi biaya tenaga kerja pengeringan dan sewa tempat untuk pengeringan yaitu masing-masing sekitar Rp. 100/kg dan Rp. 25/kg.
  - c. Penyimpanan. Lembaga pemasar tengkulak melakukan penyimpanan rumput laut setelah membeli dari petani. Apabila membeli dalam kondisi rumput laut basah maka penyimpanan dilakukan setelah melakukan fungsi pengeringan, sedangkan apabila tengkulak ini membeli rumput laut dalam kondisi kering dari petani maka langsung melakukan penyimpanan. Biaya yang dibutuhkan untuk sewa gudang dalam melakukan fungsi penyimpanan adalah Rp.25/kg.
  - d. Penyusutan. Biaya penyusutan pada pedagang tengkulak apabila membeli rumput laut dalam kondisi basah Rp.7.000/kg karena setiap 1kg rumput laut kering membutuhkan 7kg rumput laut basah, dimana harga setiap 1kg rumput laut basah Rp. 1.000. sedangkan apabila pedagang tengkulak membeli dalam kondisi kering penyusutannya diperkirakan hanya Rp.15/kg. Biaya penyusutan lebih besar pada saat pedagang membeli rumput laut basah karena pedagang tengkulak harus melakukan pengeringan terlebih dahulu.
  - e. Packaging. Packaging dilakukan pada saat rumput laut telah kering atau mau dijual/dipasarkan. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam proses pemasaran. Packaging ini menggunakan karung dimana biaya untuk aktivitas packaging ini mulai dari tenaga kerja dan pembelian karungnya Rp. 95/kg.
  - f. Transportasi. Rumput laut yang telah dibeli dari petani kemudian dijual ke pedagang pengumpul yang masih ada di Desa Tanjung, rumput laut tersebut diangkut menggunakan sepeda motor. Biaya transportasi untuk menjual rumput laut ke pedagang pengumpul sebesar Rp. 50/kg.
  - g. Penjualan. Pedagang tengkulak menjual rumput laut ke pedagang pengumpul di Desa Tanjung. Untuk pembelian rumput laut jenis kering dari petani dijual Rp. 9.750/kg dimana harga beli dari petani Rp. 9.500/kg. sedangkan apabila membeli rumput laut dalam kondisi basah dari petani dengan harga pembelian Rp. 1.000/kg maka dijual sekitar Rp. 9.700/kg. Selisih keuntungannya/marginnya lebih besar pada saat pembelian rumput laut basah kemudian pedagang menjual dalam kondisi kering, hal ini terjadi karena pedagang tengkulak lebih banyak melakukan aktivitas pemasaran.
3. Pedagang Pengumpul. Kegiatan • kegiatan pemasaran yang dilakukan meliputi:
  - a. Pembelian. Pembelian yang dilakukan pedagang pengumpul adalah membeli rumput laut dari petani baik dalam kondisi kering atau basah. Harga

- beli rumput laut pada saat penelitian adalah Rp. 1000/kg rumput laut basah dan Rp. 9.500/kg rumput laut kering harga tersebut apabila pedagang pengumpul membeli dari petani, sedangkan kalau petani membeli dari tengkulak harga belinya berkisar Rp.9.700 • Rp. 9.750/kg rumput laut kering.
- b. Pengeringan. Setelah melakukan pembelian, pedagang pengumpul kemudian melakukan pengeringan rumput laut, fungsi pengeringan ini berlaku apabila pedagang pengumpul membeli rumput laut dalam kondisi basah, sedangkan apabila pedagang pengumpul membeli rumput laut dalam kondisi kering dari petani maka tidak perlu melakukan fungsi pengeringan. Biaya yang dikeluarkan pada fungsi ini meliputi biaya tenaga kerja pengeringan dan sewa tempat untuk pengeringan yaitu masing-masing sekitar Rp. 100/kg dan Rp. 25/kg.
  - c. Penyimpanan. Pedagang pengumpul melakukan penyimpanan rumput laut setelah membeli dari petani. Apabila membeli dalam kondisi rumput laut basah maka penyimpanan dilakukan setelah melakukan fungsi pengeringan, sedangkan apabila pedagang pengumpul ini membeli rumput laut dalam kondisi kering dari petani maka langsung melakukan penyimpanan. Biaya yang dibutuhkan untuk sewa gudang dalam melakukan fungsi penyimpanan adalah Rp.25/kg.
  - d. Penyusutan. Biaya penyusutan pada pedagang pengumpul apabila membeli rumput laut dalam kondisi basah Rp.7.000/kg karena setiap 1kg rumput laut kering membutuhkan 7kg rumput laut basah, dimana harga setiap 1kg rumput laut basah Rp. 1.000. sedangkan apabila pedagang pengumpul membeli dalam kondisi kering penyusutannya diperkirakan hanya Rp.30/kg. Biaya penyusutan lebih besar pada saat pedagang membeli rumput laut basah karena pedagang pengumpul harus melakukan pengeringan terlebih dahulu.
  - e. Packaging. Packaging dilakukan pada saat rumput laut telah kering atau mau dijual/dipasarkan. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam proses pemasaran. Packaging ini menggunakan karung dimana biaya untuk aktivitas packaging ini mulai dari tenaga kerja dan pembelian karungnya Rp. 95/kg.
  - f. Transportasi. Rumput laut yang telah dibeli dari petani dan pedagang tengkulak kemudian dijual ke pabrik yang ada di Surabaya untuk kemudian di ekspor, rumput laut tersebut diangkut menggunakan truck. Biaya transportasi untuk menjual rumput laut sampai ke pabrik sebesar Rp.125 /kg.
  - g. Penjualan. Pedagang pengumpul menjual rumput laut ke pabrik di Surabaya yaitu pabrik khusus ekspor rumput laut. Harga jual pedagang pengumpul ke pabrik rata-rata Rp.10.500/kg.

### **Analisis Margin Pemasaran Rumput Laut**

Analisa margin pemasaran dapat digunakan untuk mengetahui distribusi margin pemasaran yang terdiri dari biaya dan keuntungan dari setiap aktivitas lembaga pemasaran yang berperan aktif, serta untuk mengetahui bagian harga (*farmer share*) yang diterima petani. Didasarkan pada saluran pemasaran yang dilalui, jumlah rumput laut yang dipasarkan, jumlah lembaga pemasaran yang turut berperan aktif dalam pemasaran, jarak petani ke konsumen, panjang saluran pemasaran yang dilalui, sistem pembayaran dan daerah tujuan pemasaran akan membedakan besarnya biaya yang dikeluarkan dalam aktivitas pemasaran yang

selanjutnya akan mempengaruhi besarnya margin pemasaran, bagian keuntungan dan biaya dari tiap lembaga pemasaran serta bagian harga yang diperoleh petani.

Lebih lanjut Saliem (2004) menyatakan bahwa tujuan analisis margin pemasaran bertujuan untuk melihat efisiensi pemasaran yang diindikasikan oleh besarnya keuntungan yang diterima oleh masing-masing pelaku pemasaran. Semakin tinggi proporsi harga yang diterima produsen, semakin efisien sistem pemasaran tersebut. Besarnya keuntungan yang diterima oleh masing-masing pelaku pemasaran relatif terhadap harga yang dibayar konsumen dan atau relatif terhadap biaya pemasaran terkait dengan peran yang dilakukan oleh masing-masing pelaku.

**Tabel 8.**  
**Margin Pemasaran, Distribusi Margin dan Share Pemasaran Rumpuk  
 laut Pada Saat Penjualan basah Pada Saluran Pemasaran Pola 1.**

No	Lembaga Pemasaran dan komponen margin	Kode Nilai (Rp/kg)	Distribusi Margin (%)	Share (%)
1	Petani			
	a. Harga jual	1.000		8,68
2	Tengkulak			
	a. Harga Beli	1.000		
	b. Biaya Perontokan	50	0,48	0,43
	c. Biaya Transportasi/pengangkutan	50	0,48	0,43
	d. Keuntungan	100	0,95	0,87
	e. Harga Jual	1.200		10,42
	Margin	200	1,90	
3	Pedagang Pengumpul			
	a. Harga Beli	1.200		
	b. Biaya Pengerinan	100	0,95	0,87
	c. Biaya tempat Pengerinan	25	0,24	0,22
	d. Biaya Penyimpanan/sewa gudang	25	0,24	0,22
	e. Biaya Penyusutan	8.000	76,05	69,45
	f. Biaya packaging	22	0,21	0,19
	g. Biaya Bongkat barang	11	0,10	0,10
	h. Biaya Kirim (pengawal barang)	17	0,16	0,15
	i. Biaya Transportasi	67	0,64	0,58
	j. Biaya pengelola	117	1,11	1,02
	k. Keuntungan	416	3,95	0,03
	l. Harga Jual	10.000		86,81
	Margin	8.800	83,66	
4	Pabrik			
	Harga beli	10.000		
	b. Biaya packaging	250	3,46	2,17
	c. sewa gudang	25	0,24	0,22
	d. biaya transportasi	364	3,46	3,16
	e. biaya dokumentasi	100	0,95	6,58
	f. biaya penyusutan	57	0,54	0,49
	g. biaya angkut dari gudang ke pelabuhan	64	0,61	0,56
	h. biaya pajak PPN	7	0,07	0,06
	i. keuntungan	652	6,20	5,66
	j. harga jual	11.519		100
	Margin	1.519	14,44	
	Margin Pemasaran	10.519		

Sumber: Data Primer diolah 2011

Berdasarkan hasil analisa pada Tabel diatas terlihat bahwa margin pemasaran yang terjadi antara petani dan pabrik pada saat petani menjual rumput laut dalam kondisi basah sangat tinggi yaitu Rp. 10.519/kg rumput laut. Hal ini dimungkinkan karena rantai pemasarannya terlalu panjang. Bagian keuntungan yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran juga bervariasi, dimana bagian terbesar terdapat pada lembaga pemasaran akhir yaitu pabrik sebesar Rp. 652/kg, hal ini dikarenakan pabrik merupakan lembaga pemasaran yang menanggung resiko kerugian paling tinggi dibandingkan dengan lembaga pemasaran akhir yang lain. Sedangkan petani mendapatkan bagian 8,68 persen. Dengan mengetahui bagian yang diterima petani ini, dapat dilihat keterkaitan antara pemasaran dan proses produksi, karena komoditi yang diproduksi secara efisien menyebabkan bagian harga yang diterima petani (*farmer's share*) menjadi lebih tinggi, yang pada gilirannya akan merangsang produksi lebih lanjut.

**Tabel 9.**  
**Margin Pemasaran, Distribusi Margin dan Share Pemasaran Rumput laut Pada Saat Penjualan basah Pada Saluran Pemasaran Pola 2.**

No	Lembaga Pemasaran dan komponen margin	Kode Nilai (Rp/kg)	Distribusi Margin (%)	Share (%)
1	Petani			
	a. Harga jual	1.000		8,68
2	Pedagang Pengumpul			
	a. Harga Beli	1.200		
	b. Biaya Perontokan/pengeringan	100	0,95	0,87
	c. Biaya Pengeringan	100	0,95	0,87
	d. Biaya Penyimpanan/sewa gudang	25	0,24	0,22
	e. Biaya Penyusutan	8.000	76,05	69,45
	f. Biaya packaging	22	0,21	0,19
	g. Biaya Bongkat barang	11	0,10	0,10
	h. Biaya Kirim (pengawal barang)	17	0,16	0,15
	i. Biaya Transportasi	67	0,64	0,58
	j. Biaya pengelola	117	1,11	1,02
	k. Keuntungan	541	5,14	4,70
	l. Harga Jual	10.000		86,81
	Margin	9.000	85,566	
4	Pabrik			
	Harga beli	10.000		
	b. Biaya packaging	250	3,46	2,17
	c. sewa gudang	25	0,24	0,22
	d. biaya transportasi	364	3,46	3,16
	e. biaya dokumentasi	100	0,95	6,58
	f. biaya penyusutan	57	0,54	0,49
	g. biaya angkut dari gudang ke pelabuhan	64	0,61	0,56
	h. biaya pajak PPN	7	0,07	0,06
	i. keuntungan	652	6,20	5,66
	j. harga jual	11.519		100
	Margin	1.519	14,44	
	Margin Pemasaran	10.519		

Sumber: Data Primer diolah 2011

Berdasarkan hasil analisa pada Tabel diatas terlihat bahwa margin pemasaran yang terjadi antara petani dan pabrik sangat tinggi, yaitu Rp.10.519/kg rumput laut. Saluran pemasaran rumput laut pada saat petani menjual dalam kondisi basah pada saluran pemasaran pola II lebih pendek dari pemasaran pola I

karena tidak terdapat tengkulak. Distribusi margin pemasaran pada pola II juga tidak tersebar merata dimana margin tertinggi pada pedagang pengumpul sebesar 85,56% sedangkan pabrik sebesar 14,45%. Bagian harga yang diterima masing-masing lembaga masing-masing sebesar 86,81% untuk pedagang pengumpul dan pabrik, sedangkan petani sebesar 8,68%.

## SIMPULAN

Usaha budidaya rumput laut pada metode penanaman *longline* dengan panjang tali 800 m di Desa Tanjung dinyatakan memiliki keuntungan dan layak untuk diusahakan, apabila dilihat dari nilai R/C ratio > 1, pada saat petani menjual dalam kondisi basah nilai R/C ratio sebesar 1,51 dan pada saat penjualan kering nilai R/C rasionya sebesar 1,77 yang berarti bahwa usaha budidaya rumput laut, sama-sama menguntungkan dan layak diusahakan.

Saluran pemasaran rumput laut memiliki dua pola yaitu: a). saluran pemasaran pola I; petani---tengkulak---pedagang pengumpul---pabrik sedangkan pada saluran pemasaran pola II; b). petani---pedagang pengumpul---pabrik. Dari hasil analisis margin diketahui bahwa saluran pemasaran pada kondisi rumput laut kering lebih efisien dari pada saluran pemasaran rumput laut pada saat kondisi basah. Margin pemasaran rumput laut basah sebesar Rp. 10.519/kg sedangkan margin pemasaran rumput laut kering lebih rendah yaitu sebesar Rp. 2.019. dilihat dari *farmers share* yang diperoleh petani, pada saat basah, petani hanya memperoleh 8,68%, sedangkan pada kondisi kering diperoleh 82,47%.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian:Metode Penentuan Responden*. Yogyakarta:PT. Rineka Cipta.
- Anonim. 2010. *Monografi Desa*. Desa Tanjung Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan.
- Ariyanto. S.sit. 2005. *Survey dan analisa rumput laut ( eucheuma cottoni )* PT. Dwijaya abadi surya pratama International.
- DKP. 2008. *Statistik Perikanan Indonesia 2008*. Departemen Kelautan dan Perikanan RI. Jakarta.
- DKP. 2011. *Statistik Perikanan Pamekasan 2011*. Departemen Kelautan dan Perikanan Pamekasan.
- Food and Agricultural Organization of The United Nations. 2008. <http://faostat.fao.org/fan fostat/>
- Gittinger J. Price. 1982. *Economic Analysis of Agricultural Projects* (2nd Edition).
- Edisi Terjemahan Bahasa Indonesia. UI-Press. Jakarta, 1986.
- Kadariah. 1998. *Evaluasi Proyek Analisa Ekonomis*, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.

- Kotler, Philip.2000. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Ningsih, Sulastri. 2010. Analisis pendapatan dan factor-faktor social ekonomi yang mempengaruhi keputusan petani dalam pemilihan komoditas tanaman pangan; Bangkalan: Program Studi Agribisnis Fakultas pertanian Universitas trunojoyo Madura.
- Purnamasari, Reni. 2008. Analisis Pemasaran Bunga Melati (*Jasminum sambac* W.Ait) (Studi kasus di Desa Tunjung, Kecamatan Burneh, Kabupaten Bangkalan); Bangkalan: Program Studi Agribisnis Fakultas pertanian Universitas trunojoyo Madura.
- Saliem, H.P. 2004. Analisis Margin Pemasaran: Salah Satu Pendekatan dalam Sistem Distribusi Pangan. Dalam *Prospek Usaha dan Pemasaran Beberapa Komoditas Pertanian*. Monograph Series No. 24. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial\ Ekonomi Pertanian. Bogor.
- Soekartawi. 1990. *Teori Ekonomi Produksi: Fungsi dan Efisiensi Produksi*. Jakarta: PT. Rajawali.
- Utami, Anessa T. 2010. Analisis usaha dan faktor yang mempengaruhi Pengambilan keputusan petani pada usaha Budidaya rumput laut (*Eucheuma cottonii*) Di kecamatan bluto kabupaten sumenep. Bangkalan: Program Studi Agribisnis Fakultas pertanian Universitas trunojoyo Madura.



**PEDOMAN PENULISAN**  
**AGRIEKONOMIKA**  
**JURNAL SOSIAL EKONOMI DAN KEBIJAKAN PERTANIAN**  
**ISSN 2301-9948**  
**e ISSN 2407-6260**

**KETENTUAN UMUM:**

1. Naskah ditulis dalam bahasa Indonesia atau bahasa Inggris dengan format yang ditentukan.
2. Penulis mengirim naskah ke alamat email [agriekonomika@gmail.com](mailto:agriekonomika@gmail.com).
3. Artikel yang dikirim harus dilampiri: a) surat pernyataan yang menyatakan bahwa artikel tersebut belum pernah diterbitkan atau tidak sedang diterbitkan di jurnal lain, yang dibuktikan dengan pernyataan tertulis yang ditandatangani oleh penulis. b) biodata tentang jenjang pendidikan, alamat, nomor telepon, atau e-mail penulis dengan jelas.
4. Keputusan pemuatan ataupun penolakan akan diberitahukan secara tertulis melalui email.

**FORMAT PENULISAN:**

1. Artikel ditulis pada kertas A4, atas 4 cm bawah 3 cm samping kanan 4 cm samping kiri 3 cm, spasi tunggal, Arial ukuran 11 Kecuali Judul Arial Ukuran 12 dengan panjang halaman 10-15 halaman.

2. Sistematika penulisan:

▪ **SISTEMATIKA ARTIKEL HASIL PENELITIAN:**

**Judul:**

Ditulis ringkas dan lugas, maksimal 12 kata, hindari menggunakan kata ,analisisf, ,pengaruhf, ,studif.

**Nama Penulis:**

ditulis tanpa gelar

**Nama institusi:**

ditulis lengkap

**Alamat surat elektronik:**

ditulis lengkap

**Abstract:**

Ditulis dalam dalam satu paragraph dengan bahasa inggris 125-150 kata dengan kata kunci 4-5 kata. Abstrak tidak memuat uraian matematis dan mencakup esensi utuh penelitian, metode dan pentingnya temuan.

**PENDAHULUAN**

Berisi latar belakang, sekilas tinjauan pustaka dan tujuan penelitian yang dimasukkan dalam paragraph-paragraph bukan dalam bentuk sub bab.

**METODE PENELITIAN**

Sub bab

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sub bab

**SIMPULAN**

Berupa poin-poin dengan penomoran sesuai tujuan

**UCAPAN TERIMA KASIH**

Jika diperlukan ditujukan pada peyandang dana dan pihak lain yang membantu terselesaikannya penelitian.

#### DAFTAR PUSTAKA

Hanya memuat sumber-sumber yang dirujuk yang sedapat mungkin diterbitkan 10 tahun terakhir dan diutamakan jurnal ilmiah (50-80 persen)

#### ▪ SISTEMATIKA ARTIKEL HASIL PEMIKIRAN/ REVIEW:

##### **Judul:**

Ditulis ringkas dan lugas, maksimal 12 kata, hindari menggunakan kata ,*analisisf*, ,*pengaruhf*, ,*studif*.

##### **Nama Penulis:**

ditulis tanpa gelar

##### **Nama institusi:**

ditulis lengkap

##### **Alamat surat elektronik:**

ditulis lengkap

##### **Abstract:**

Ditulis dalam dalam satu paragraph dengan bahasa inggris 125-150 kata dengan kata kunci 4-5 kata. Abstrak tidak memuat uraian matematis dan mencakup esensi utuh penelitian, metode dan pentingnya temuan.

##### **PENDAHULUAN**

Berisi latar belakang, sekilas tinjauan pustaka dan tujuan penelitian yang dimasukkan dalam paragraph-paragraph bukan dalam bentuk sub bab.

##### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sub bab

##### **SIMPULAN**

Berupa poin-poin dengan penomoran sesuai tujuan

##### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Jika diperlukan ditujukan pada peyandang dana dan pihak lain yang berkontribusi dalam penyelesaian penulisan artikel.

##### **DAFTAR PUSTAKA**

Hanya memuat sumber-sumber yang dirujuk yang sedapat mungkin diterbitkan 10 tahun terakhir dan diutamakan jurnal ilmiah (50-80 persen)

3. Penulisan penomoran yang berupa kalimat pendek diintegrasikan dengan paragraf, contoh: Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) mengetahui tingkat risiko usaha garam, (2) mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi risiko.
4. Tabel dan gambar dapat dimasukkan dalam naskah atau padalampiran sesudah naskah harus diberi nomor urut.
  - a. Tabel atau gambar harus disertai judul. Judul tabel diletakkan di atas tabel sedangkan judul gambar diletakkan di bawah gambar.
  - b. Sumber acuan tabel atau gambar dicantumkan di bawah tabel atau gambar.
  - c. Garis tabel yang dimunculkan hanya pada bagian *header* dan garis bagian paling bawah tabel sedangkan untuk garis-garis vertikal pemisah kolom tidak dimunculkan.
  - d. Tabel atau gambar bisa diedit dan dalam warna hitam putih yang representatif.

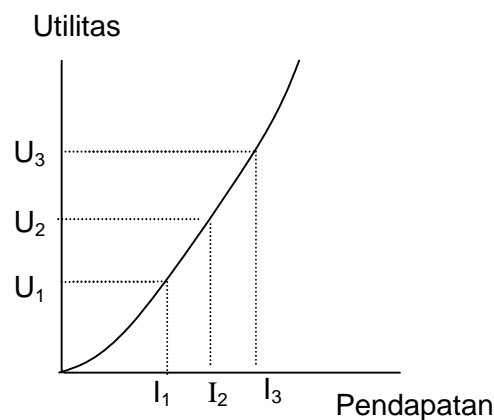
Contoh penyajian tabel:

**Tabel 2**  
**Deskripsi Penguasaan Lahan Pegaraman**

Kategori Luas Lahan (Ha)	Jumlah	Persentase (%)
< 2	35	70
2,1 - 3	11	22
> 3,1	4	8
Jumlah	50	100
Rata-rata Luas lahan petani garam	2,04 Ha	
Standar deviasi	0,95 Ha	

Sumber: Data Primer Diolah, 2011

Contoh penyajian gambar:



Sumber: Debertin, 1986

**Gambar 1**  
**Perilaku Menerima Risiko**

5. Cara penulisan rumus, Persamaan-persamaan yang digunakan disusun pada baris terpisah dan diberi nomor secara berurutan dalam parentheses (*justify*) dan diletakkan pada margin kanan sejajar dengan baris tersebut.  
 Contoh:  

$$wt = f(yt, kt, wt-1) \quad (1)$$
6. Keterangan Rumus ditulis dalam satu paragraf tanpa menggunakan simbol sama dengan (=), masing-masing keterangan notasi rumus dipisahkan dengan koma.  
 Contoh:  
 dimana **w** adalah upah nominal, **yt** adalah produktivitas pekerja, **kt** adalah intensitas modal, **wt-1** adalah tingkat upah periode sebelumnya.
7. Perujukan sumber acuan di dalam teks (*body text*) dengan menggunakan nama akhir dan tahun. Kemudian bila merujuk pada halaman tertentu, penyebutan halaman setelah penyebutan tahun dengan dipisah titik dua. Untuk karya terjemahan dilakukan dengan cara menyebutkan nama pengarang aslinya.  
 Contoh:
  - Hair (2007) berpendapat bahwa‡
  - Ellys dan Widodo (2008) menunjukkan adanya ‡.

- Ihsannudin *dkk* (2007) berkesimpulan bahwa:
8. Penulisan Daftar Pustaka:
- a. Pustaka Primer (Jurnal)  
Nama belakang, nama depan, inisial (kalau ada), tahun penerbitan, judul artikel, nama dan nomor jurnal (cetak miring), halaman jurnal, contoh:  
Happy, S. dan Munawar. 2005. The Role of Farmer in Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia* 2(1): 159-173.
  - b. Buku Teks  
Nama belakang, nama depan, inisial (kalau ada), tahun penerbitan, judul buku (cetak miring), edisi buku, kota penerbit, dan nama penerbit. Contoh:  
Wiley, J. 2006. *Corporate Finance*. Mc. GrowHill Los Angeles.
  - c. Prosiding  
Nama belakang, nama depan, tahun penerbitan, judul artikel, nama prosiding (cetak miring), penerbit (cetak miring), halaman, contoh:  
Rizal, Taufik. 2012. Pengaruh Bank Syariah Terhadap Produksi Jagung di Madura. *Prosiding Seminar Nasional Kedaulatan Pangan Bangkalan Surabaya*: 119-159.
  - d. Skripsi/Tesis/Disertasi  
Nama belakang, nama depan, tahun, judul Skripsi/Thesis/Disertasi, sumber (cetak miring), nama penerbit, kota penerbit. Contoh:  
Subari, Slamet. 2008. Analisis Alokasi lahan mangrove Kabupaten Sidoarjo. *Disertasi*. Program Pasca Sarjana Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
  - e. Internet  
Nama belakang, nama depan, tahun, judul, alamat e-mail (cetak miring), tanggal akses. Contoh:  
Zuhriyah, Amanatuz. 2011. Produktivitas Susu Peternak Rakyat. <http://agribisnis.trunojoyo.ac.id>. Diakses tanggal 27 Januari 2012.

#### **METODE REVIEW**

Artikel yang dinyatakan lolos dari *screening* awal akan dikirim kepada Mitra Bestari (*blind review*) untuk ditelaah kelayakan terbit. Adapun hasil dari *blind review* adalah:

1. Artikel dapat dipublikasi tanpa revisi.
2. Artikel dapat dipublikasi dengan perbaikan format dan bahasa yang dilakukan oleh penyunting. Perbaikan cukup dilakukan pada proses penyuntingan.
3. Artikel dapat dipublikasi, tetapi penulis harus memperbaiki terlebih dahulu sesuai dengan saran penyunting.
4. Artikel tidak dapat dipublikasi.