



AQUACOASTMARINE





Journal of Aquatic and Fisheries Sciences

Journal homepage: <https://talenta.usu.ac.id/aquacoastmarine>



Analisis pola pemasaran lobster yang diperdagangkan di kota Padang Provinsi Sumatera Barat

(Analysis of lobster marketing pattern trade in Padang City, West Sumatera Province)

Sri Novivi Lestari^{*1} , Junaidi¹ , Suparno² , Harfiandri Damanhuri¹ 

¹ Program Pascasarjana Sumberdaya Perairan, Pesisir, dan Kelautan, Universitas Bung Hatta, Jl. Sumatera, Uak Karang Utara, Universitas Bung Hatta, Padang 25133, Indonesia

² Program Studi Pemanfaatan Sumberdaya Perikanan, Universitas Bung Hatta, Jl. Sumatera, Ulak Karang Utara, Padang 25133, Indonesia

*Corresponding Author: srinovivilestari01@yahoo.co.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received 24 January 2020

Revised 30 April 2020

Accepted 2 December 2020

Available online xxx

E-ISSN: 2829-1751

How to cite:

Lestari S. N., , Junaidi, Suparno, & Damanhuri H. (2023). Analisis pola pemasaran lobster yang diperdagangkan di kota Padang Provinsi Sumatera Barat.

AQUACOASTMARINE:

J.Aquat.Fish.Sci, 2 (1). 26–33.

ABSTRACT

Lobster is a fishery community that has a very potential and high economic value, which is in demand by local and foreign markets. This high compliance encourages increased efforts to catch lobster from the wild. The purpose of this study is to provide information on marketing patterns in reducing and avoiding damage to lobster stocks in nature by studying lobster resources currently traded in Padang City, West Sumatra Province. The method used in this research is descriptive with direct observation and interview techniques. Based on the results of research through a survey of lobster farming locations obtained from two entrepreneurs, it was concluded that the marketing pattern of lobster traded in Padang City, West Sumatra Province does not violate the rules as mandated by the Minister of Agriculture Regulation No. 17 of 2021 concerning Management of Lobster (*Panulirus* spp.), Crab (*Scylla* spp.), and crabs (*Portunus* spp.) in the Fisheries Management Area of the Republic of Indonesia.

Keywords: Lobster, Marketing Pattern, Padang City

ABSTRAK

Lobster merupakan salah satu komunitas perikanan yang sangat potensial dan bernilai ekonomis tinggi, diminati oleh pasar lokal maupun pasar luar negeri. Pemenuhan yang tinggi tersebut mendorong peningkatan upaya penangkapan lobster dari alam. Tujuan penelitian ini adalah sebagai informasi pola pemasaran dalam mengurangi dan menghindari dari kerusakan stok lobster di alam dengan mengkaji sumberdaya lobster saat ini yang di perdagangkan di Kota Padang Provinsi Sumatera Barat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan teknik observasi dan wawancara langsung. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan dua pola pemasaran lobster di Kota Padang, Pola pertama dari Produsen (Nelayan) ke Agen selanjutnya ke pengencer dan ke konsumen. Pola Kedua dari produsen (nelayan) ke agen, dari agen ke pedagang pengumpul ke eksportir selanjutnya ke pengencer dan ke konsumen. Pola pemasaran lobster yang diperdagangkan di Kota Padang Provinsi Sumatera Barat efisien dan tidak menyalahi aturan sebagaimana amanat dari Permen KP Nomor 17 tahun 2021 Tentang Pengelolaan Lobster (*Panulirus* spp.), Kepiting (*Scylla* spp.), dan Rajungan (*Portunus* spp.) di Wilayah Pengelolaan Perikanan Negara Republik Indonesia.

Kata Kunci: Lobster, Kota Padang, Pola Pemasaran,



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International.

<https://doi.org/10.32734/jafs.v2i1.11270>

1. Pendahuluan

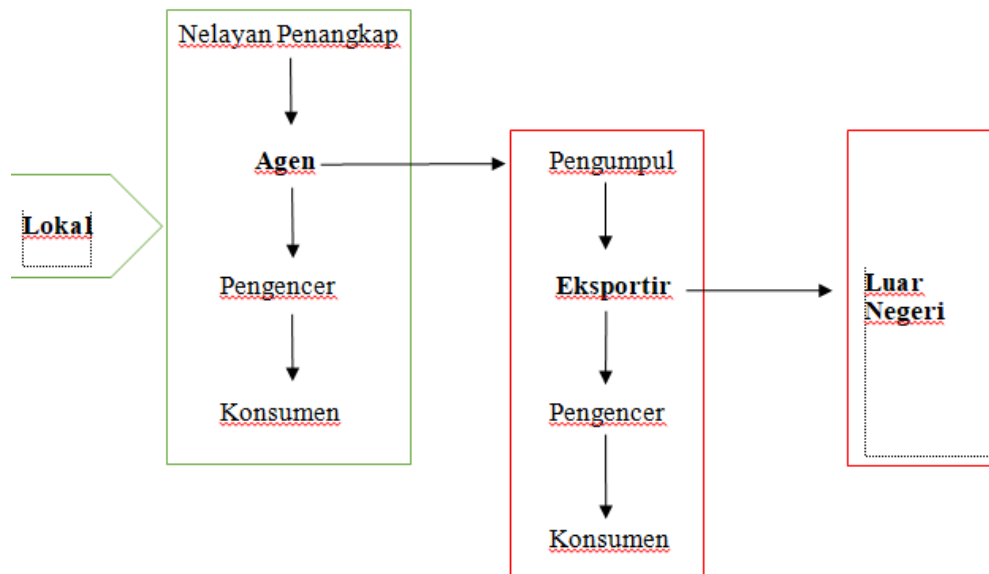
Menurut Junaidi, et al., (2010) lobster memiliki harga jual yang tinggi dan permintaan pasar yang terus meningkat sehingga penangkapan lobster terus meningkat. Menurut Kadafi, et al., (2006) Peningkatan lobster yang intensif justru dapat berpengaruh pada keseimbangan serta keberadaan stok lobster di alam, terjadinya penurunan stok hingga kepunahan spesies. Pemerintah membatasi adanya ekspor lobster sesuai dengan Permen KP Nomor 56 Tahun 2016 dan sebagaimana telah diubah pada Permen KP No.12 Tahun 2020 dan yang terbaru Permen KP Nomor 17 tahun 2021 Tentang Pengelolaan Lobster (*Panulirus SPP*), Kepiting (*Scylla SPP*), dan Rajungan (*Portunus SPP*) di Wilayah Pengelolaan Perikanan Negara Republik Indonesia.

Dalam Peraturan Menteri tersebut pada pasal 7 dijelaskan bahwa penangkapan dan pengeluaran lobster hanya dapat dilakukan, dengan ketentuan lobster yang akan dijual maupun diekspor tidak dalam keadaan kondisi bertelur, ukuran panjang kerapas diatas 6 cm, dan dengan berat diatas 150 gram per ekor untuk lobster jenis pasir, dan ukuran panjang kerapas diatas 8 cm dan berat diatas 200 gram per ekor untuk lobster jenis lainnya. Pada Permen KP tersebut juga dijelaskan bahwa setiap orang yang mengeluarkan lobster, kepiting dan rajungan yang tidak sesuai dengan ketentuan dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Meningkatnya pasar domestik maupun ekspor menyebabkan penangkapan komoditas lobster semakin intensif. Intensifikasi penangkapan yang tidak didasarkan pertimbangan kelestarian sumberdaya seperti penangkapan menggunakan bahan peledak, potas dan lain-lain akan berakibat pada kerusakan habitat dan ekosistem. Pemanfaatan yang seperti itu akan berakibat pada menurunnya stok lobster, kepunahan spesies, ketidakseimbangan *ratio* antara jantan dan betina, serta aspek biologi lainnya (Junaidi, et al., 2010). Berdasarkan data badan Pusat Statistik (BPS) sampai bulan Maret tahun 2020, dimana kenaikan volume dan nilai ekspor lobster naik masing - masing 67,93% dan 199,03% hal ini dikarenakan adanya penambahan kode HS ekspor.

Habitat udang karang (lobster) pada umumnya adalah di perairan pantai yang banyak terdapat bebatuan atau terumbu karang. Terumbu karang ini disamping sebagai barrier (pelindung) dari ombak, juga sebagai tempat bersembunyi dari predator, serta sebagai daerah pencari makan. Adanya perbedaan dominansi spesies lobster terjadi karena preferensi habitat yang berbeda pada masing-masing spesies. Dimana kondisi dasar perairan pasir cenderung berlumpur lebih disukai oleh jenis *Pakistan* sedangkan dasar berpasir adalah habitat ideal bagi jenis *Pasir* (Verianta, 2016). Sumani et al., (2017) menyatakan bahwa karakteristik morfologis sangat penting dipelajari dalam disiplin ilmu biologi. Adapun informasi mengenai hasil tangkapan, jenis dan ukuran lobster serta penyebaran spesies lobster di perairan Sumatera Barat merupakan informasi awal yang sangat penting bagi pengelolaan sumberdaya lobster. Oleh sebab itu, tujuan dari penelitian ini yakni untuk menganalisis saluran pemasaran lobster serta menganalisis margin pemasaran lobster yang di perdagangan di Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat.

2. Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan teknik observasi dan wawancara langsung untuk mengetahui komposisi jenis dan pola pemasaran lobster yang ada di Kota Padang. Pengumpulan data dilakukan dengan survey ke lapangan di tempat lokasi pengumpul lobster (Pengumpul atau Eksportir). Pengumpulan data primer dilakukan pada bulan Maret - Mei 2022 dengan mengambil 3 Jenis lobster yang dominan, sedangkan pengumpulan data sekunder berupa data dari instansi terkait. Sistem pemasaran yang terjadi pada komoditas perikanan memang sebagian besar tidak langsung masuk ketangan konsumen melainkan harus melalui beberapa saluran tata niaga yang ada. Sama halnya dengan komoditas pertanian lain yang mana perlu ada perlakuan khusus dalam memasarkan hasil perikanan. Berbeda dengan produk non pertanian yang mana saluran distribusinya tidak terlalu panjang. Perlakuan pasca penen diperlukan untuk menjaga kualitas komoditas perikanan, maka diperlukan lembaga-lembaga pemasaran yang mana lembaga tersebut melakukan fungsi pemasaran pada masing-masing tingkatan. Pola rantai distribusi perikanan tangkap memiliki beberapa pola diantaranya:



Gambar 1. Pola Rantai Distribusi Perikanan

2.1. Pengumpulan Data Lobster

Data yang dikumpulkan adalah data primer, yang bersumber dari hasil wawancara dengan pelaku usaha lobster yang ada di kota padang, sedangkan data sekunder diperoleh dari instansi terkait.

2.2. Pengambilan Sampel

Sampel diambil dari hasil observasi dengan teknik wawancara langsung serta mengisi kuisioner oleh nelayan penangkap lobster, pedagang pengumpul dan eksportir yang ada di kota Padang. Selanjutnya data di analisis untuk mengetahui pola pemasaran lobster dan efisiensi margin tiap - tiap saluran pemasaran.

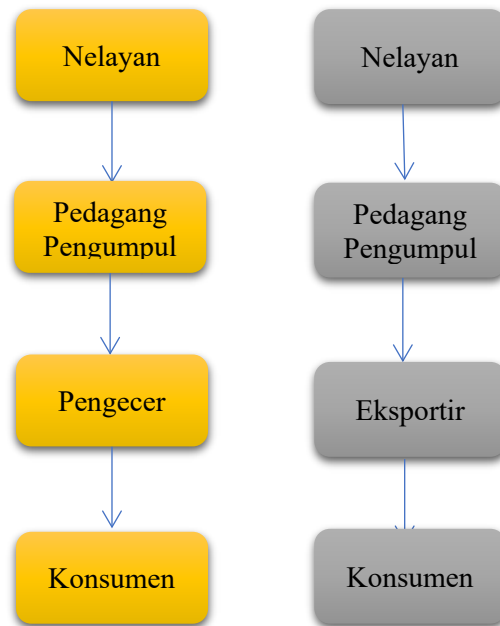
3. Hasil dan Pembahasan

Pola pemasaran lobster yang diperdagangkan di Kota Padang Provinsi Sumatera Barat berdasarkan penelitian terdapat dua pola pemasaran yaitu , Pola pertama dari produksi (nelayan) ke agen selanjutnya ke pengencer dan ke konsumen. Pola Kedua dari produksi (nelayan) ke agen, dari agen ke pedagang pengumpul ke eksportir selajutnya ke pengencer dan ke konsumen. Pengumpulan lobster pertama kali dilakukan oleh pedagang pengumpul (*Supplier*)/agen yang membeli lobster kepada nelayan di beberapa daerah atau Kabupaten/Kota seperti, Kab. Kepulauan Mentawai; Kab. Pesisir Selatan; Kota Padang; Kota Pariaman; dan Kab. Pasaman Barat. Selanjutnya *supplier*/agen menjual lobster ke pedagang pengumpul yang berada di Kota Padang selanjutnya dikirim ke eksportir ke Jakarta selanjutnya dikirim ke negara tujuan seperti, Singapura; Malaysia; China; Thailand; dan Vietnam hingga ke pedagang pengencer dan konsumen akhir (restoran atau rumah makan).

Permasalahan yang dihadapi oleh pengusaha lobster yaitu dimana pasokan lobster dari nelayan menurun karena dipengaruhi oleh musim tangkapan yang tidak menentu dan adanya kebijakan tentang pelarangan penangkapan lobster. Informasi pasar masih minim dan dikuasai oleh eksportir, alat angkut (transportasi) masih terbatas, promosi, belum adanya teknologi yang memadai dan akses pemasaran luar daerah masih terbatas, serta kurangnya kesadaran akan pemanfaatan lobster secara lestari.

Pemanfaatan yang dilakukan selama ini tidak memperhatikan nilai keberlanjutan tangkapan. sehingga membuat volume produksi terus berkurang setiap tahunnya, yang disarankan oleh pemerintah agar keberlanjutan lobster di alam tetap terjaga yaitu nelayan diharuskan melakukan budidaya lobster di daerah yang sama tempat melakukan penangkapan, setelah lobster layak dikonsumsi barulah lobster dapat di ekspor dan di restocking kembali kealam sebesar 2%.

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan sebuah usaha perikanan, karena pemasaran tindakan ekonomi yang berpengaruh terhadap tinggi rendahnya pendapatan nelayan. Penerapan Supply Chain Management (SCM) dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi distribusi produk perikanan dan penerapan SCM bermanfaat menciptakan produk berkualitas, harga murah, dan pasokan sesuai kebutuhan konsumen. Permasalahan yang terjadi pada pemasaran yaitu semakin menurunnya volume lobster yang dipasok dan adanya monopoli harga oleh eksportir. Berikut Pola Pemasaran dan tingkat harga lobster pada pelaku usaha Lobster di Kota Padang:



Gambar 2. Pola Pemasaran Lobster di Kota Padang

Berdasarkan pengamatan dilapangan lobster yang diperdagangkan selama penelitian pada bulan Maret sampai Mei tahun 2022 yaitu lobster jenis bambu, batu, dan pasir. Lobster yang diperdagangkan jenisnya sesuai dengan musim yang ada pada saat itu. Berikut adalah tabel harga ditingkat distribusi lobster:

Tabel 1. Harga Distribusi Lobster

No.	Jenis Lobster	Harga jual Nelayan/Kg (Rp.)	Harga Supliyer (20%)	Konsumen local (10%)	Eksportir (20%)	Konsumen Luar	Negara Tujuan
1.	Mutiara	400.000 - 700.000	450.000 - 800.000	- 495.000- 900.000	1.000.000	1.200.000	China, Taiwan, Singapura
2.	Pasir	250.000- 400.000	350.000- 480.000	480.000	550.000	700.000	China, Taiwan, Singapura
3.	Batu	250.000	350.000	385.000	462.000	650.000	China, Taiwan, Singapura
4.	Batik	250.000	350.000	385.000	462.000	650.000	China, Taiwan, Singapura
5.	Kipas	250.000	350.000	385.000	462.000	650.000	China, Taiwan, Singapura
6.	Bambu Hijau	250.000	350.000	385.000	462.000	650.000	China, Taiwan, Singapura
7.	Bambu batik	250.000	350.000	385.000	462.000	650.000	China, Taiwan, Singapura

Sumber; Hasil Analisis, 2022

Berdasarkan tabel harga distribusi pemasaran lobster di Kota Padang, Maka dapat diketahui bahwa harga lobster di tingkat saluran pemasaran berbeda-beda sesuai dengan persentasenya. Dimana eksportir yang memegang peranan penting dalam menentukan harga. Harga lobster yang dijual tergantung Jenis, ukuran, kondisi fisik lobster dan musim. Berdasarkan permintaan pasar luar negeri dimana lobster yang dipasarkan umumnya berukuran minimal 0.16 ons untuk lobster jenis pasir dan ukuran 2 ons ke atas untuk lobster jenis lainnya. Untuk lobster ukuran 0.16 s/d sampai 5 ons harga yang dipasarkan sebesar Rp.250.000/ons, sedangkan ukuran besar dari 5 ons dipasarkan dengan harga Rp.350.000/ons oleh pengumpul (Supplier), sedangkan lobster pasir harga yang dipasarkan 0.16-2 ons sebesar Rp.260.000, ukuran besar dari 2 sampai 5 ons sebesar Rp. 280.000, ukuran besar dari 5 ons sebesar Rp.330.000. Harga sewaktu waktu dapat berubah tergantung ketersediaan lobster dan biaya transportasi pada saat itu.

Kondisi pasar saat ini tidak menentu disebabkan pengaruh covid 19, sehingga berdampak pada penutupan akses ekspor keluar negeri. Ada beberapa pengusaha yang beralih usaha karena tidak mempunyai akses ke luar negeri dan sebagian lagi memilih pasar lokal. Ada beberapa kendala atau permasalahan pada pemasaran lobster di Kota Padang yaitu Kurangnya persediaan stok lobster dari nelayan penangkap karena lobster yang diperoleh berasal dari usaha penangkapan di alam dan tergantung musim sehingga volume produksi semakin menurun, Teknologi yang tidak memadai dalam pengelolaan lobster, dimana pengusaha lama mengumpulkan lobster dari nelayan sehingga lobster yang telah dikumpulkan membutuhkan penanganan khusus agar tidak mati, biaya transportasi yang semakin meningkat, selanjutnya Keterbatasan Sumberdaya Manusia dan Anggaran juga mempengaruhi pemasaran lobster di Kota Padang.

Margin pemasaran

Menurut Supriatna (2010). Analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui distribusi biaya dari setiap aktivitas pemasaran dan keuntungan dari setiap lembaga perantara serta bagian harga yang diterima produsen, dengan kata lain analisis margin pemasaran dilakukan untuk mengetahui tingkat kompetensi dari pelaku pemasaran yang terlibat dalam pemasaran/distribusi, dalam perhitungan margin pemasaran dilakukan perhitungan:

$$Mm = Pe - Pf$$

Dimana :

Mm = Margin pemasaran

Pe = harga ditingkat kelembagaan pemasaran tujuan pemasaran dari produsen.

Pf = harga ditingkat produksi

$$Mm = 350.000 - 200.000$$

$$Mm = 150.000/kg$$

Hasil menunjukkan bahwa adanya perbedaan harga pada produsen dengan lembaga pemasaran sebesar 150.000/kg lobster.

$$\% \text{ Margin Pemasaran}$$

$$\text{Nelayan} = \frac{\text{Harga Penjual Lobster Di tingkat Nelayan} \times 100\%}{\text{Harga ditingkat Pengencer akhir}}$$

$$= \frac{200.000 \times 100 \%}{350.000}$$

$$= 0,57 \%$$

$$\text{Pengumpul} = \frac{\text{Margin antara Nelayan ditingkat pengumpul}}{\text{Harga eceran Akhir}}$$

$$= \frac{250.000 \times 100\%}{350.000}$$

$$= 0,71 \%$$

Eksportir = $\frac{\text{Harga penjualan lobster di tingkat eksportir} \times 100\%}{\text{Harga ditingkat pengencer akhir}}$

$$= \frac{462.000 \times 100\%}{350.000}$$

$$= 1,32 \%$$

Konsumen = $\frac{\text{Harga penjualan lobster ditingkat konsumen} \times 100 \%}{\text{Harga ditingkat pengencer akhir}}$

$$= \frac{650.000 \times 100\%}{350.000}$$

$$= 1,86\%$$

Dari margin pemasaran dapat diketahui bahwa harga margin ditingkat nelayan penangkap yang paling rendah nilainya sebesar 0,57 % dan harga margin tertinggi berada pada eksportir sebesar 1,32 %, jadi yang mendapat keuntungan yang lebih besar adalah ekportir.

Farmer's share

Analisis tentang farmer's share Sudiyono (2002) dalam Natalis, et al (2013) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$F = \frac{1}{Pr} - Mp \times 100 \%$$

$$0,57\% = \frac{1}{650.000/\text{kg}} - 150.000/\text{kg} \times 100 \%$$

$$0,57\% = 1,54\% \times 100 \%$$

$$0,57\% = 154\%$$

$$F = 2,7\%$$

Dimana :

F = Bagian yang diterima nelayan (%)

Mp = Marjin pemasaran Lobster (Rp/Kg)

Pr = Harga Lobster di tingkat konsumen (Rp/Kg)

Efisiensi Pemasaran

Menurut Rasuli, et al (2007), untuk mengetahui efisiensi pemasaran pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat digunakan rumus :

$$Ep = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Produk yang dipasarkan}}$$

Jika $Ep > 1$ berarti tidak efisien

Jika $EP < 1$ berarti efisien

$$EP = \frac{5.000.000/\text{bulan}}{7.854.000/\text{bulan}}$$

$$EP = 0,64$$

Jadi, $EP < 1$. Nilai Efisiensi yang diperoleh kecil dari satu, berarti pemasaran lobster di Kota Padang efisien.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa komoditas lobster merupakan salah satu komoditas ekspor yang memerlukan berbagai lembaga pemasaran untuk dapat menjangkau konsumen luar negeri. Lembaga - lembaga pemasaran tersebut kemudian membentuk saluran pemasaran untuk menghasilkan pemasaran yang efisien. Pemasaran komoditas di Kota Padang Provinsi Sumatera Barat memiliki beberapa skema saluran pemasaran, yaitu skema pedagang → pengumpul → pedagang besar → (eksportir)/konsumen. Saluran pemasaran yang ada tergolong efisien karena memiliki nilai share produsen $\geq 100\%$ dengan margin pemasaran Rp 150.000/kg.

Lobster yang diperdagangkan di Kota Padang Provinsi Sumatera Barat tidak menyalahi aturan sebagaimana amanat dari Permen KP Nomor 17 tahun 2021 Tentang Pengelolaan Lobster (*Panulirus SPP*), Kepiting (*Scylla SPP*), dan Rajungan (*Portunus SPP*) di Wilayah Pengelolaan Perikanan Negara Republik Indonesia. Namun, dapat ditindaklanjuti mengenai pengembangan penelitian yang dapat menjangkau konsumen akhir dari komoditas lobster yang akan dilakukan oleh akademisi sehingga dapat menggambarkan secara utuh bagaimana penyerapan dan efisiensi pemasaran lobster hingga ekspor.

5. Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan saran, dan kritik selama penelitian dan naskah ini dibuat. Selanjutnya saya juga berterimakasih kepada segala pihak yang sudah banyak membantu dalam proses penelitian ini sehingga naskah publikasi ini dapat dibuat.

Daftar Pustaka

- Boesono, H., Anggoro, S., & Bambang, A. N. (2011). Laju Tangkap dan Analisis Usaha Penangkapan Lobster (*Panulirus sp.*) dengan Jaring Lobster (*Gillnet Monofilament*) di Perairan Kabupaten Kebumen. Universitas Diponegoro. *Jurnal Saintek Perikanan*, 7(1): 77-87
- Fauzi, M., Prasetyo, A. P., Hargiyatno, I. T., Satria, F., & Utama, A. A. (2013). Hubungan Panjang - Berat dan Faktor Kondisi Lobster Batu (*Panulirus penicillatus*) di Perairan Selatan Gunung Kidul dan Pacitan. Balai Penelitian Perikanan Laut Muara Baru. *Jurnal Bawal*, 3(2): 97-102.
- Hardi, S., Budiyanto, & Siang, R. D. (2016). Analisis Keuntungan dan Strategi Pengembangan Usaha Lobster (*Panulirus spp.*) pada CV. Sea Queen Kota Kendari. *Jurnal Sosial Ekonomi Perikanan*, 4(1). 178-188
- Hilal, K. (2016). Kepentingan Indonesia Melarang Ekspor Benih Lobster ke Vietnam Tahun 2015. Universitas Riau. *Jurnal JOM Fisip*, 3(2). 1-16
- Irfannur., Wahju, R. I., & Riyanto, M. 2017. Komposisi Hasil Tangkapan dan Ukuran Lobster dengan Jaring Insang di Perairan Kabupaten Aceh Jaya. *Jurnal Albacore*, 1(2): 211-223.
- Junaidi, M., Cakrawati, N., & Abidia, Z. (2010). Aspek Reproduksi Lobster (*Panulirus spp.*) di Perairan Teluk Ekas Pulau Lombok. Universitas Mataram. *Jurnal Kelautan*, 3(1). 29-35
- Kadafi, M., Widaningroem, R., & Soeparno. 2006. Aspek Biologi dan Potensi Lestari Sumberdaya Lobster (*Panulirus spp.*) di Perairan Pantai Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen. *Jurnal Perikanan*, 8(1): 108-117.
- Mahdiana, A., & Laurensia. (2010). Status Perikanan Lobster (*Panulirus spp.*) di Perairan Kabupaten Cilacap. Universitas Jendral Soedirman. *Jurnal Sains Akuatik*, 13(2): 52-57.

- Munandar, R. A., Sarung, M. A., & Edwarsyah. (2018). Pengelolaan Perikanan Lobster (*Panulirus* sp.) dengan Metode *Ecosystem Approach to Fisheries Management* di Kabupaten Simeuleu. Universitas Teuku Umar. *Jurnal Perikanan Tropis*, Vol. 5(1). 1-12.
- Nurfiarini, A. & Wijaya, D. (2019). Estimasi Potensi dan Tingkat Pemanfaatan Sumber Daya Lobster Pasir (*Panulirus homarus*) di Perairan Prigi Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Perikanan*, 25(3): 169-178.
- Richard A. (1991). Recruitment habitats and nursery ground of the Amrican Lobster Homarus Americanus: ademographic bottleneck. *Marine Ecology Progres Series*, 69: 231-243
- Romdhon, M. M., & Sukiyono, K. (2011). Pola Kemitraan Pemasaran Lobster di Kota Bengkulu. *Jurnal Agrisep*, 10(1): 126-137.
- Suman, A., Hasanah, A., Pane, A. R. P., & Panggabeah, A. S. (2019). Penangkapan, Parameter Populasi serta Tingkat pemanfaatan Lobster Pasir (*Panulirus homarus*) dan Lobster Batu (*Panulirus panicillatus*) di Perairan Gunung Kidul dan Sekitarnya. Balai Riset Perikanan Laut. *Jurnal Perikanan*, 25 (3): 147-160.
- Triyanti, R., & Yusuf, R., (2015). Analisis Manajemen Rantai Pasok Lobster (Studi Kasus di Kabupaten Simeulue, Aceh). *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan* 10(2): 203-216.
- Verianta, M. (2016). Jenis Lobster di Pantai Baron Gunung Kidul, Yogyakarta. [Skripsi]. Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta
- Viani, C. N., Pradana, A. E., & Rudianto, D. (2017). Kelayakan Usaha Penangkapan Juvenil Lobster dengan Jaring Nener di Pelabuhan Perikanan Nusantara Prigi. Universitas Tulungagung. *Prosiding Simposium Nasional Krustasea* tahun 2017
- Wandira, A., Ramli, M., & Halili. (2020). Jenis dan Kelimpahan Benih Lobster (*Panulirus* spp.) Berdasarkan Kedalaman di Perairan Desa Ranooha Raya, Kecamatan Moramo, Kabupaten Kunawe Selatan. *Jurnal Sapa Laut*, 5(2): 163-172.
- Yusnaini., Nessa, M. N., Djawad, M. I., & Trijuno, D. D. 2013. Morfologi dan Morfometrik Perkembangan awal filosoma lobster mutiara (*Panulirus Ornatus*). *Jurnal Aqua Hayati* 9(1): 71-76