

Analisis Usaha Budidaya dan Pemasaran Jamur Tiram Putih (*Pleurotus ostreatus*) Di Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang

Dewi Sekar Tanjung¹⁾

Lutfi Aris Sasongko²⁾

Shofia Nur Awami³⁾

^{1), 2), 3)}Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Wahid Hasyim Semarang,
Indonesia

¹⁾email: dhewashekhar@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui besaran biaya, penerimaan, pendapatan usaha budidaya jamur tiram dan pemasaran. Metode pengambilan daerah secara *purposive sampling*, pengambilan sampel responden pembudidaya jamur tiram putih secara sensus dan lembaga pemasaran menggunakan teknik *snowball*. Total responden dalam penelitian ini sebanyak 34 orang terdiri dari 15 responden pembudidaya, 5 responden pedagang pengumpul, 4 responden pedagang pengecer dan 10 responden konsumen akhir. Analisa yang digunakan yaitu analisa biaya, penerimaan dan pendapatan, margin pemasaran, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran. Hasil dari penelitian ini biaya produksi dalam satu siklus sebesar Rp. 8.006.500, penerimaan pembudidaya sebesar Rp. 16.588.800 per siklus dan pendapatan yang di terima oleh pembudidaya sebesar Rp. 8.880.900 per siklus. Terdapat tiga jenis saluran pemasaran yaitu saluran pemasaran I, pembudidaya langsung menjual pada konsumen. Saluran pemasaran II yaitu pembudidaya melalui pengecer selanjutnya ke konsumen akhir. Saluran pemasaran III, dimana pembudidaya menjual pada pengumpul, selanjutnya pada pengecer dan konsumen akhir. Pada saluran pemasaran I pembudidaya mempunyai nilai *farmer's share* yaitu 100%. Saluran pemasaran II nilai margin sebesar Rp. 2.100/kg, total keuntungan yang diperoleh sebesar Rp. 1.276/kg dengan nilai *farmer's share* sebesar 87,27%. Sedangkan pada saluran pemasaran III, nilai margin sebesar Rp. 3.700/kg, dengan keuntungan sebesar Rp. 2.086/kg dan *farmer's share*nya 77,58%. Tingkat efisiensi pada pedagang pengumpul 9,8% dan pengecer 4,5%. Berdasarkan tingkat efisiensi diketahui bahwa pemasaran jamur tiram yang dipasarkan melalui tiga saluran pemasaran telah efisien.

Kata Kunci: Jamur Tiram Putih, Saluran Pemasaran, *Farmer's Share*, Efisiensi Pemasaran

Abstract

The objective of this research is to find out the amount of costs, income, and revenue from the cultivation and marketing of white oyster mushroom. The purposive sampling method was used for area determination. The sampling of white oyster mushroom farmers as respondents was carried out by census. Snowball technique was used for marketing institutions. The total respondents in this research were 34, consisting of 15 farmers, 5 collecting merchants, 4 retailers, and 10 end consumers. The analysis used was the cost analysis, revenue and income, marketing margin, farmer's share and marketing efficiency. The results of this research are: the production cost in one period is Rp. 8.006.500; while farmer's income is Rp. 16,588,800 per period; and the revenue received by the farmers is Rp. 8,880,900 per period. There are three types of marketing channels: Marketing Channel I, farmers directly sell to the consumers; Marketing Channel II, farmers sell via retailers, and subsequently continued to end consumers; Marketing Channel III, farmers sell to collecting merchants, and subsequently continued to retailers and end consumers. In Marketing Channel I, the farmers have a share value of 100%. In Marketing Channel II, the margin value is Rp. 2.100/kg, the total profit gained is Rp. 1.276/kg, with farmer's share is 87.27%. Meanwhile, on Marketing Channel III, the margin value is Rp. 3.700/kg, with a profit gained of Rp. 2.086/kg, and the farmer's share is 77.58%. The efficiency level in collecting merchants is 9.8%, and retailers at 4.5%. For efficiency level, the marketing of oyster mushroom through those three marketing channels is already efficient.

Keywords: *White Oyster Mushroom, Marketing Channels, Farmer's Share, Marketing Efficiency.*

PENDAHULUAN

Jamur tiram yang dalam bahasa ilmiahnya disebut *Pleurotus sp*, sudah dikenal kalangan masyarakat. Jamur tiram mengandung zat gizi yang tinggi, terutama kandungan proteinnya yang disertai kadar asam amino yang lengkap. Adapun cara budidaya maupun pengolahan hasilnya tergolong mudah, dan pangsa pasarnya luas. Keunggulan jamur tiram adalah budidaya jamur tiram dapat berlangsung sepanjang tahun, menjadikan produksi jamur tiram yang terus menerus. Budidaya jamur tiram dapat dilaksanakan dalam areal yang relatif sempit. Tingkat kesulitan budidaya relatif lebih mudah, serta memiliki masa produksi hingga masa panen yang paling cepat dibandingkan jenis

jamur lainnya (Nugraha, 2006). Pengembangan jamur tiram secara intensif dan komersial mempunyai prospek yang sangat cerah. Peluang pemasaran jamur tiram sebagai bahan baku sayuran untuk masyarakat berbagai kalangan, baik dilingkup rumah tangga maupun restoran dan hotel berbintang amat besar. Tidak hanya untuk diujakan dipasar tradisional maupun supermarket, jamur tiram juga dibudidayakan untuk tujuan ekspor (Warisno, 2009).

Kota Semarang merupakan ibukota dari Propinsi Jawa Tengah dengan luas wilayah 373,70 Km². Posisi astronomi diantara garis 6^o50' - 7^o10' Lintang Selatan dan garis 109^o35' - 110^o50' Bujur Timur. Kota Semarang adalah salah satu kota yang

memiliki potensi untuk membudidayakan jamur tiram, dimana salah satu sentra pembudidayaan jamur terdapat di wilayah Kecamatan Ngaliyan. Kecamatan Ngaliyan terletak pada lereng tipe II (2-5%), terletak di sebelah barat Kota Semarang dan berbatasan dengan Kecamatan Mijen, Semarang Barat dan Tugu. Walaupun suhu yang ada di Kota Semarang terbilang cukup tinggi, namun usaha budidaya jamur tiram putih dapat dilakukan dengan memanipulasi suhu dan kelembapan. Permintaan akan jamur tiram di Kota Semarang, dari tahun 2013 sampai tahun 2016 semakin bertambah. Berdasarkan data BPS pada tahun 2013 luas panen tanaman jamur tiram di Kota Semarang hanya sebesar 367 m² dan produksinya 1.607 Kg. Pada tahun 2016 luas panen tanaman jamur tiram 2.136 m² dan hasil produksinya 148.208 Kg (BPS, 2016). Sementara berdasarkan informasi Kepala Dinas Pertanian Kota Semarang, kebutuhan sebesar 600 kg/hari, dari Asosiasi Petani Jamur Kota Semarang (APJAKS) baru bisa memenuhi sekitar 10 persen. Selain itu, kualitas jamur di Semarang lebih baik dibanding daerah lain karena kadar air rendah dan mampu bertahan lebih lama (Anonim, 2015).

Walaupun pada dasarnya jamur tiram memiliki syarat tumbuh di suhu yang rendah dan kelembapan yang tinggi, namun jamur tiram dapat tumbuh di Kecamatan Ngaliyan. Hal tersebut dikarenakan pembudidaya jamur tiram di Kecamatan Ngaliyan menggunakan sistem budidaya dengan memanipulasi suhu dan kelembapan, yaitu dengan cara menyiram

lokasi budidaya yang biasa disebut dengan *kumbung*.

Sementara dari sisi lain, jumlah pesaing yang memasuki pasar, selera konsumen, harga jual produk pesaing merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi pembentukan harga jual. Faktor yang memungkinkan yang dapat digunakan oleh manajemen dalam membentuk harga jual adalah biaya (Lasut, 2015). Pemasaran (*Marketing*) adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran (Rachmawati, 2011). Menurut Kotler (1997), guna memasarkan hasil budidayanya, pembudidaya menjual produknya ke berbagai macam lembaga pemasaran, seperti pedagang besar, pedagang kecil, pedagang pengumpul dan konsumen akhir. Semakin banyak lembaga pemasaran maka nilai dari keuntungan juga akan semakin kecil. Guna meningkatkan keuntungan tersebut, perlu adanya efisiensi pemasaran. Dengan demikian penting sekali sistem pemasaran, baik bagi pembudidaya maupun bagi konsumen. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1). berapa besar tingkat biaya, penerimaan dan pendapatan usaha budidaya jamur tiram putih, 2). mengetahui jumlah saluran pemasaran jamur tiram putih, 3). mengetahui besarnya margin pemasaran dan bagian

biaya yang diterima produsen (*farmer's share*), serta mengetahui tingkat efisiensi pemasaran jamur tiram putih di Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember tahun 2016 hingga Februari 2017. Data yang digunakan dalam penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Pengambilan sampel lokasi penelitian secara *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode pengambilan responden yang dilakukan sengaja tetapi dengan pertimbangan tertentu (Made, 2006). Guna mengetahui analisis biaya usaha budidaya jamur tiram, penentuan sampel pembudidaya menggunakan metode *sensus*. Metode *sensus* dikenal juga sebagai metode pencacahan lengkap. Artinya semua individu yang ada dalam populasi dicacah sebagai responden. Dicacah artinya diselidiki atau diwawancarai (Daniel, 2003). Seluruh pembudidaya yang berada di Kecamatan Ngaliyan dilibatkan dalam penelitian ini, yaitu sebanyak 15 orang pembudidaya. Sementara, untuk mengetahui analisis pemasaran jamur tiram putih, penentuan sampel responden dilakukan dengan teknik *snowball* (bola salju). Teknik *snowball* adalah teknik penentuan responden yang dimulai dengan menjadikan satu informan kunci atau kelompok kecil yang diminta untuk menunjukkan kawan masing-masing dan begitu seterusnya sehingga menjadi bertambah besar bila meluncur dari puncak bukit (Arikunto, 2010). Total responden yang terlibat dalam penelitian

ini sebanyak 34 orang terdiri dari 15 responden pembudidaya, 5 responden pedagang pengumpul, 4 responden pedagang pengecer dan 10 responden konsumen akhir.

Analisis Data

Analisis biaya digunakan untuk mengetahui biaya usaha budidaya jamur tiram putih. Secara sistematis rumusan analisis biaya sebagai berikut:

a. Total Biaya

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan :

TC = Biaya Total (*Total Costs*)

TFC = Total Biaya Tetap (*Total Fixed Costs*)

TVC = Total Biaya Variabel (*Total Variabel Costs*) (Aima, 2013)

b. Penerimaan

$$TR = Y \cdot Py$$

Keterangan :

TR = Total Penerimaan (*Total Revenue*)

Y = Produksi yang diperoleh

Py = Harga (Soekartawi, 2002)

c. Pendapatan

$$NR = TR - TC$$

Keterangan :

NR = Pendapatan (*Net Return*)

TR = *Total Revenue*

TC = *Total Cost* (Soekartawi, 2002)

Sementara analisis pemasaran digunakan untuk mengetahui saluran pemasaran Jamur Tiram Putih di Kota Semarang. Rumusan untuk mengetahui margin dan *farmer's share* menurut Sudiyono (2002), dapat diketahui dengan rumus :

$$VM = (Pr - Pf) \times Q$$

Dimana, VM = Nilai margin pemasaran

Pr= Harga ditingkat konsumen (Rp/Kg)

Pf = Harga ditingkat produsen (Rp/Kg)

Q = Jumlah yang ditransaksikan (Unit)

$$FS = \frac{P}{K} \times 100 \%$$

Dimana, FS = *Farmer's share*

P = Harga di tingkat petani (Rp/Kg)

K = Harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir (Rp/Kg)

Guna untuk mengetahui efisiensi pemasaran dapat diketahui dengan rumus:

Error! Reference source not found. $\times 100\%$

Dengan kaidah keputusan:

- a. 0 – 33% = Efisien
- b. 34 – 67% = Kurang Efisien
- c. 68 – 100% = Tidak Efisien

Kaidah keputusan ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Rosmawati (2011) dengan judul Analisis Efisiensi Pemasaran Pisang Produksi Petani di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

APJATA atau Asosiasi Petani Jamur Tiram Aceda adalah sekumpulan petani jamur tiram yang mendapat pendampingan, bimbingan dan jaminan pasar dari Perusahaan Jamur Agrocendawan Persada (ACEDA). Organisasi tersebut ada di Kota Semarang, yang mendukung petani untuk berbudidaya jamur tiram, sehingga kebutuhan jamur di Kota Semarang dapat dipenuhi sendiri tanpa mengambil dari daerah lain. APJATA berdiri tahun 2009

dengan target anggota 25 orang dengan kapasitas baglog masing-masing petani minimal 10.000 baglog. Wilayah area keanggotaan meliputi Kota Semarang dan sekitarnya. Proses keanggotaan melalui seleksi yang diadakan oleh Perusahaan Jamur Agrocendawan Persada (ACEDA).

Karakteristik pembudidaya dilihat dari umur, sebagian besar berada pada golongan umur antara 31-40 tahun yaitu sebanyak 7 orang atau (46,67%). Berdasarkan tingkat pendidikan, berada pada tingkat SMA/SMK sebanyak 9 orang (60%), dan lama menekuni usaha budidaya jamur antara kurun waktu 1-5 tahun, sebanyak 12 orang (80%). 15 pembudidaya jamur tiram merupakan penduduk asli wilayah setempat, bukan merupakan penduduk pendatang.

Sementara karakteristik responden pedagang pengumpul, diantaranya berdasarkan umur, berada pada usia produktif yaitu 21-50 tahun, dengan tingkat pendidikan setara SMA sebanyak 4 orang dan kelima pedagang pengumpul telah menekuni usaha dagang sekitar 1-5 tahun. Adapun karakteristik pedagang pengecer, berdasarkan umur, berada pada usia 31-50 tahun, tingkat pendidikan setara SMP dan SMA masing-masing sebanyak 2 orang. Lama menekuni usaha berdagang sekitar 1-5 tahun sebanyak 3 orang dan 1 orang sudah menekuni selama 6-10 tahun. Sementara 10 konsumen akhir terbanyak berada pada usia 31-40 tahun, sebanyak 4 orang, dan berpendidikan akhir setara SMA, sebanyak 5 orang. Secara terperinci, karakteristik responden yang dilibatkan dalam penelitian tersaji dalam Tabel 1.

Luasan kumbung dalam penelitian ini bermacam macam. Luas terbesar adalah 144m² sedangkan luas terkecil 15m². Pembudidaya perlu menyiapkan rak guna menata baglog jamur. Pembudidaya jamur memiliki baglog rata-rata 2.600 baglog dengan jumlah terbanyak 5.000 baglog. Baglog-baglog tersebut biasanya di beli pembudidaya dari luar Kota Semarang, dikarenakan harga beli baglog lebih murah dibandingkan dengan harga beli baglog di Kota Semarang. Rata-rata harga beli baglog yaitu Rp. 2.260 per baglog.

Baglog jamur tiram memiliki masa produksi selama 3 – 4 bulan. Baglog jamur yang telah siap produksi keseluruhan baglog berwarna putih. Dalam satu kali panen, pembudidaya bisa memperoleh jamur tiram putih rata-rata sebanyak 14,4 kg/hari. Pemanenan jamur tiram dapat dilakukan dalam 2 hari sekali atau setiap hari.

Biaya produksi merupakan segala biaya yang dikeluarkan pembudidaya dalam mengelola usaha budidaya jamur tiram yang dikelolanya. Dengan penghitungan biaya dapat diketahui berapa besar penerimaan dan pendapatan yang di peroleh oleh pembudidaya jamur tiram putih. Data yang diperoleh merupakan data dalam satu siklus budidaya jamur tiram putih. Pada umumnya budidaya jamur tiram putih memiliki siklus produksi selama 3 -4 bulan.

a. Analisis Biaya Produksi Jamur Tiram Putih Dalam Satu Siklus

Adapun pembiayaan yang dikeluarkan oleh pembudidaya dalam usaha budidaya jamur tiram terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap dalam penelitian ini dihitung secara terperinci meliputi biaya penyusutan kumbung (termasuk didalamnya pembuatan rak susun), selang, keranjang dan penyemprot.

Sementara biaya variabel atau biaya tidak tetap didefinisikan sebagai biaya yang dikeluarkan oleh pembudidaya jamur tiram putih selama masa produksi yang besar kecilnya biaya dipengaruhi oleh skala jumlah produksi. Biaya variabel terdiri dari biaya air, listrik, tenaga kerja serta biaya pembelian baglog. Rata-rata biaya usaha budidaya jamur tiram putih, yang terdiri dari biaya variabel dan biaya tetap yang dikeluarkan oleh pembudidaya jamur tiram putih per siklus produksi, dapat dilihat pada Tabel 2.

b. Analisis Penerimaan dan Pendapatan

Penerimaan adalah jumlah penerimaan yang diperoleh pelaku usaha dari penjualan produksinya. Rata-rata penerimaan dari usaha budidaya jamur tiram putih selama satu siklus produksi dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 menunjukkan bahwa total penerimaan jamur tiram putih dalam satu siklus produksi sebesar Rp. 16.588.800 dan produksi jamur tiram putih rata-rata per satu siklus sebesar 1.296/kg, yang nantinya jamur tiram

putih tersebut dijual hingga sampai ke tangan konsumen. Harga jual jamur per kilogram rata-rata sebesar Rp 12.800.

Pendapatan merupakan tujuan setiap usaha yang dilakukan oleh setiap individu pelaku usaha. Pendapatan dapat dicapai oleh pelaku usaha apabila jumlah penerimaan lebih besar daripada jumlah biaya yang dikeluarkan oleh pelaku usaha. Rata-rata pendapatan usaha budidaya jamur tiram putih selama satu siklus produksi terperinci dalam Tabel 4.

c. Pola Saluran Pemasaran

Adapun distribusi pemasaran jamur tiram putih di Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang, dari produsen hingga konsumen akhir terdapat tiga pola

saluran pemasaran. Ketiga saluran pemasaran tersebut tersaji dalam Gambar 1.

a). Saluran Pemasaran I :

Pada saluran pemasaran jamur tiram putih segar ini, pembudidaya jamur tiram putih menjual langsung kepada konsumen akhir. Pembelian yang dilakukan oleh konsumen akhir relatif sedikit, karena konsumen membeli jamur tiram putih hanya untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. Harga jual yang diberikan kepada konsumen akhir rata-rata sebesar Rp. 12.800 /kg dan jumlah pembelian yang dilakukan konsumen rata-rata sebanyak 2,9 kg/minggu. Sistem pembayaran yang dilakukan dengan sistem tunai.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur, Pendidikan serta Lama Menekuni Usaha.

Karakteristik	Pembudidaya		Pedagang Pengumpul		Pedagang Pengecer		Konsumen	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Umur (tahun)								
21-30	5	(33,33)	2	(40)	-	-	2	(20)
31-40	7	(46,67)	1	(20)	3	(75)	4	(20)
41-50	2	(13,33)	2	(40)	1	(25)	3	(30)
>51	1	(6,67)	-	-	-	-	1	(10)
	15	(100)	5	(100)	4	(100)	10	(100)
Pendidikan								
SD	-	-	-	-	-	-	1	(10)
SMP	2	(13,33)	1	(20)	2	(50)	2	(20)
SMA	9	(60)	4	(80)	2	(50)	5	(50)
Sarjana/Diploma	4	(26,67)	-	-	-	-	2	(20)
	15	(100)	5	(100)	4	(100)	10	(100)
Lama Menekuni Usaha (tahun)								
1-5	12	(80)	5	(100)	3	(75)		
6-10	3	(20)	-	-	1	(25)		
	15	(100)	5	(100)	4	(100)		

Sumber: Analisis Data Primer, 2017.

*angka dalam kurung menunjukkan persentase

Tabel 2. Rata-Rata Biaya Variabel Usaha Budidaya Jamur Tiram Putih

Keterangan	Jumlah (Rp)	Persentase (%)
Biaya Variabel		
Biaya Air	58.200	0,76
Biaya Listrik	469.700	6,09
Biaya Tenaga Kerja Luar Keluarga	1.500.000	19,46
Biaya Baglog	5.680.000	73,69
Total Biaya Variabel	7.707.900	100
Biaya Tetap		
Biaya Penyusutan Kumbung	271.667	90,98
Biaya Penyusutan Selang	5.183	1,74
Biaya Penyusutan Keranjang	11.833	3,96
Biaya Penyusutan Penyemprot	9.917	3,32
Total Biaya Tetap	298.600	100
Total Biaya Produksi	8.006.500	

Sumber: Analisis Data Primer, 2017.

Tabel 3. Rata-Rata Penerimaan Usaha Budidaya Jamur Tiram Putih Per Satu Siklus Produksi

Keterangan	Jumlah
Produksi Jamur (Kg)	1.296
Harga Jamur Per Kg (Rp)	Rp. 12.800
Penerimaan	Rp. 16.588.800

Sumber: Analisis Data Primer, 2017.

Tabel 4. Rata-Rata Pendapatan Usaha Budidaya Jamur Tiram Putih Per Satu Siklus Produksi

Keterangan	Jumlah
Total Penerimaan	Rp. 16.588.800
Total Biaya eksplisit	Rp. 7.707.900
Pendapatan	Rp. 8.880.900

Sumber: Analisis Data Primer, 2017.

b). Saluran Pemasaran II :

Dalam saluran pemasaran kedua ini, lembaga yang aktif dalam saluran pemasaran adalah pedagang pengecer dan konsumen akhir. Pedagang pengecer biasanya membeli jamur rata-rata

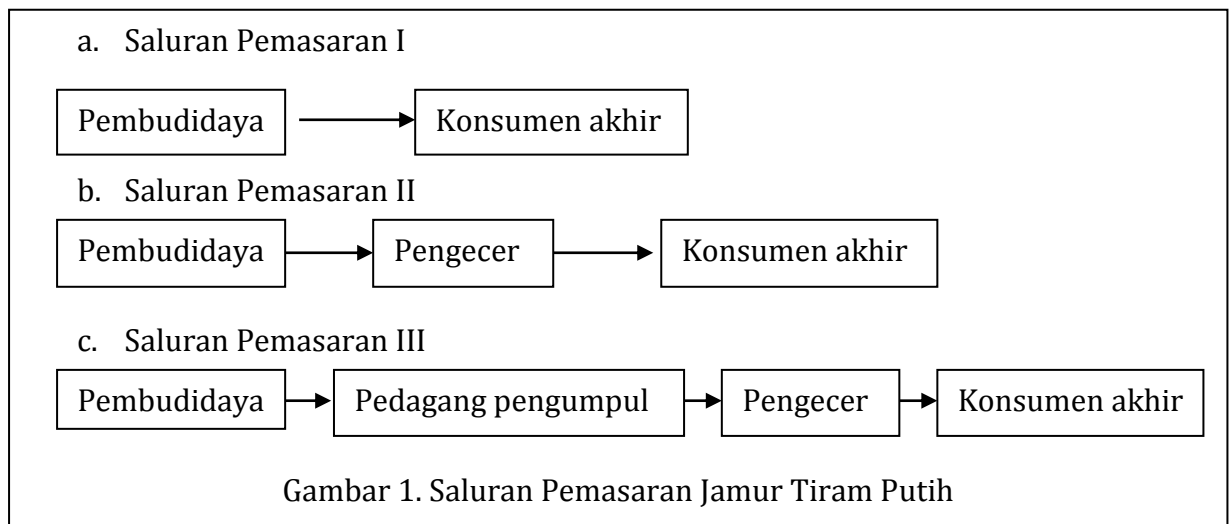
sebanyak 10 kilogram, membeli 2 kali dalam seminggu. Harga jual dari pedagang pengecer sebesar Rp.14.400/kg, sementara harga beli konsumen ke pedagang pengecer rata-

rata Rp.16.500/kg. Sistem pembayaran dilakukan secara tunai.

c). Saluran Pemasaran III :

Pada saluran ketiga, pembudidaya menjual jamur tiram putih segar kepada pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul mengambil jamur tiram putih langsung kepada pembudidaya dalam waktu 2-3 kali seminggu, dengan jumlah pembelian jamur tiram sebanyak 25 hingga 30kg. Selanjutnya pedagang pengumpul menjual kepada pedagang pengecer, dan dari pedagang pengecer ke konsumen akhir.

Berdasarkan uraian tersebut, maka saluran pemasaran jamur tiram putih di Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang terdapat 3 saluran. Hal tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan (2015) dengan judul Analisis Usaha dan Pemasaran Jamur Kuping di Kecamatan Kerjo Kabupaten Karanganyar, yang menyatakan terdapat 3 saluran pemasaran jamur kuping di Kecamatan Kerjo Kabupaten Karanganyar.



d. Hasil Analisis Margin Pemasaran dan *Farmer's Share* Jamur Tiram Putih

Dalam perhitungan margin pemasaran juga dihitung biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran, agar dapat mengetahui keuntungan yang didapatkan. Biaya pemasaran adalah suatu biaya yang dikeluarkan untuk menjual jamur tiram putih hingga sampai

ke tangan konsumen. Biaya pemasaran yang digunakan dalam pemasaran jamur tiram putih, diantaranya: biaya transportasi, biaya pengemasan, biaya parkir/retribusi.

Margin pemasaran bagi pedagang adalah selisih antara harga penjualan dengan harga pembelian. Perbedaan harga ini disebabkan karena adanya biaya dan keuntungan yang diharapkan dari adanya kegiatan pemasaran. Analisis margin pemasaran bertujuan untuk

melihat tingkat efisiensi pemasaran yang dilihat oleh besarnya jumlah keuntungan yang diterima oleh masing-masing pelaku dalam kegiatan pemasaran. Semakin tinggi harga yang diterima oleh produsen, maka semakin efisien pula sistem pemasaran tersebut. Besar kecilnya keuntungan tergantung pada fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan pada proses pemasaran.

Berdasarkan Tabel 5, dapat diketahui bahwa nilai margin tertinggi lembaga pemasaran jamur tiram putih sebesar Rp. 2.100/kg diterima oleh pedagang pengecer. Sementara nilai margin terendah terdapat pada lembaga pemasaran pedagang pengumpul yaitu

sebesar Rp. 1.600/kg. Besarnya margin dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} VM &= (Pr-Pf) \times Q \\ &= (Rp.16.500-Rp.12.800) \times 1 \\ &= Rp.3.700/kg \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan margin pemasaran, terlihat bahwa margin pemasaran yang terjadi antara harga di tingkat pembudidaya jamur tiram putih dengan ditingkat harga pengecer besarnya yaitu Rp. 2.100/kg. Secara terperinci, penghitungan margin pemasaran tersaji pada Tabel 5, sementara margin keuntungan tersaji dalam Tabel 6.

Tabel 5. Margin Yang Diterima oleh Masing-Masing Lembaga Pemasaran Pada Penjualan Jamur Tiram Putih

Lembaga Pemasaran	Harga Produksi (Rp/Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)
Pembudidaya	-	-	12.800	-
Pedagang Pengumpul	-	12.800	14.400	1.600
Pedagang Pengecer	-	14.400	16.500	2.100

Sumber : Analisis Data Primer, 2017.

Tabel 6. Analisis Margin Keuntungan Pemasaran Jamur Tiram Putih di Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang (per kg)

Lembaga Pemasaran	Harga Produksi (Rp/Kg)	Harga Beli (Rp/Kg)	Harga Jual (Rp/Kg)	Margin (Rp/Kg)	Biaya (Rp/Kg)	Keuntungan (Rp/Kg)
Pembudidaya	-	-	12.800	-	-	-
Pedagang Pengumpul	-	12.800	14.400	1.600	790	810
Pedagang Pengecer	-	14.400	16.500	2.100	824	1.276

Sumber : Analisis Data Primer, 2017.

Keuntungan total terbesar tiap kilogram jamur tiram putih yang

diterima oleh lembaga pemasaran terdapat pada saluran III yaitu sebesar

Rp. 2.086/kg. Sementara total keuntungan terkecil terdapat pada saluran pemasaran II, hal ini disebabkan karena besarnya jumlah biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengecer. Berdasarkan Tabel 7, bagian yang diterima oleh pembudidaya (*farmer's share*) terbesar terdapat pada saluran I sebesar 100%, sedangkan *farmer's share*

terkecil terdapat pada saluran III sebesar 77,58%. Dilihat dari margin pemasaran total dan *farmer's share* saluran yang efisien adalah saluran pemasaran I. Hal ini disebabkan karena pada saluran pemasaran I tidak terdapat lembaga pemasaran, sehingga jamur tiram putih segar akan lebih cepat sampai ke tangan konsumen.

Tabel 7. *Farmer's Share*, Margin Pemasaran dan Keuntungan Total masing-masing Saluran Pemasaran.

Lembaga Pemasaran	Saluran I (Rp/kg)	Saluran II (Rp/kg)	Saluran III (Rp/kg)
Pembudidaya			
Harga jual	12.800	14.400	12.800
Pedagang			
Pengumpul			
Harga beli			12.800
Harga jual			14.400
Biaya transportasi			752
Biaya Pengemasan			38
Margin			1.600
Keuntungan			810
Pedagang Pengecer			
Harga beli		14.400	14.400
Harga jual		16.500	16.500
Biaya transportasi		640	640
Biaya Pengemasan		64	64
Biaya Retribusi		120	120
Margin		2.100	2.100
Keuntungan		1.276	1.276
Konsumen akhir			
Harga beli	12.800	16.500	16.500
Total Margin		2.100	3.700
Total Keuntungan		1.276	2.086
Farmers Share	100%	87,27%	77,58%

Sumber: Analisis Data Primer, 2017.

Tabel 8. Analisis Efisiensi Pemasaran pada setiap Saluran pemasaran

No.	Saluran Pemasaran	Biaya (Rp/Kg)	Nilai Produk (Rp/Kg)	Nilai Efisiensi (%)
1.	Saluran Pemasaran II	824	16.500	4,5
2.	Saluran Pemasaran III	1.614	16.500	9,8

Sumber: Analisis Data Primer, 2017.

e. Analisis Efisiensi Pemasaran Jamur Tiram Putih

Efisiensi pemasaran perlu untuk diidentifikasi untuk mengetahui apakah saluran pemasaran jamur tiram putih di Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang efisien atau tidak. Cara untuk menghitung efisiensi pemasaran dengan menggunakan rumus efisiensi pemasaran sebagai berikut:

$$E_p = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Produk yang dipasarkan}} \times 100\%$$

Dengan kaidah keputusan:

- 0-33% = Efisien
- 34-67% = Kurang Efisien
- 68-100% = Tidak Efisien

Berdasarkan Tabel 8, nilai efisiensi saluran pemasaran III lebih besar dibandingkan dengan saluran pemasaran II, yaitu sebesar 9,8%. Berdasarkan nilai efisien, saluran pemasaran II lebih efisien dibandingkan saluran pemasaran III. Dengan demikian saluran pemasaran jamur tiram putih dapat dikatakan efisien karena memenuhi kaidah efisiensi 0-33%.

SIMPULAN

Rata-rata total biaya usaha budidaya jamur tiram putih dalam satu siklus produksi sebesar Rp. 8.006.500, yang terdiri dari biaya tetap sebesar Rp. 298.600 dan biaya variabel sebesar Rp.

7.707.900. Usaha budidaya jamur tiram putih mendapatkan penerimaan dalam satu siklus produksi sebesar Rp 16.588.800. Pendapatan jamur tiram putih yang dihasilkan sebesar Rp. 8.880.900. Sementara saluran pemasaran jamur tiram putih di Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang terdapat 3 saluran pemasaran, yaitu a). Saluran pemasaran I: pembudidaya → konsumen akhir, b). Saluran pemasaran II : pembudidaya → pedagang pengecer → konsumen akhir, dan c). Saluran Pemasaran III: pembudidaya → pedagang pengumpul pedagang pengecer konsumen akhir. Nilai margin pemasaran total dan *farmer's share* yang terbentuk dari tiap-tiap lembaga pemasaran berbeda. Pada saluran pemasaran I nilai *farmer's share* yaitu 100%. Saluran pemasaran II nilai margin sebesar Rp. 2.100/kg, total keuntungan yang diperoleh sebesar Rp. 1.276/kg dengan nilai *farmer's share* sebesar 87,27%. Sementara pada saluran pemasaran III, nilai margin sebesar Rp. 3.700/kg, dengan keuntungan sebesar Rp. 2.086/kg dan *farmer's share*-nya 77,58%. Pemasaran jamur tiram putih di Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang dapat dikatakan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Aima, H., Tasman, A. (2013). *Ekonomi Manajerial Dengan Pendekatan Matematis*. (Nugraha Arisetyanto, Eds). Depok: Rajawali Pers.
- Anonim. (2015). Fr-43. (2015, April). *Peluang Budidaya Jamur Terbuka*. Suara Merdeka. Semarang. Diakses 3 Maret 2017. <http://berita.suaramerdeka.com>.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Bumi Aksara.
- BPS. (2016). *Jawa Tengah Dalam Angka 2016*. Kota Semarang: Badan Pusat Statistik.
- Daniel, M. (2003). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, P & Gray A. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, A.D, Agustono, & Setyowati. (2015). *Analisis Usahatani dan Pemasaran Jamur Kuping di Kecamatan Kerjo Kabupaten Karanganyar*. Fakultas Pertanian. Universitas Sebelas Maret Surakarta. Diakses dari: <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=393515...> Pada tanggal 1 November 2016, pukul 08.30 WIB.
- Lasut, T. (2015). *Analisis Biaya produksi Dalam Rangka Penentuan Harga Jual Makanan Pada Rumah Makan Ragey Poppy Di Tomohon*. Jurnal EMBA 43. 3 (1): 43-51.
- Made, I. (2006). *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Nugraha, T. (2015). *Kiat Sukses Budidaya Jamur Tiram*. Bandung: Yrama Widya.
- Rachmawati, R. (2011). *Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran)*. Jurnal Kompetensi Teknik. 2(2).
- Rosmawati, H. (2011). *Analisis Efisiensi Pemasaran Pisang Produksi Petani di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu*. Jurnal Agronobis. Vol. 3, No. 5: 1-9.
- Soekartawi. (2002). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian*. Edisi Revisi. Jakarta: PT Raja Grafindo Indonesia.
- Sudiyono, A. (2002). *Pemasaran Pertanian*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Warisno & Dahana, K. (2009). *Tiram Menabur Jamur, Menuai Rupiah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.