

Analisis Efisiensi Pemasaran Jamur Tiram Putih (*Pleurotus Ostreatus*) di Kelurahan Air Rambai Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong

Fahrozi Fahrozi

Pertanian / Agribisnis, Universitas Pat Petulai Rejang Lebong

Email: fahroziprtama30@gmail.com

Febri Nur Pramudya

Pertanian / Agribisnis, Universitas Pat Petulai Rejang Lebong

Email: febrinurpramudya@gmail.com

Mira Yanuarti

Pertanian / Agribisnis, Universitas Pat Petulai Rejang Lebong

Email: mira.yanuarti22@gmail.com

Korespondensi penulis: fahroziprtama30@gmail.com

Abstract: Research on marketing efficiency analysis of white oyster mushrooms (*Pleurotus Ostreatus*) in Air Rambai Village, Curup District, Rejang Lebong Regency aims to determine marketing channels, and analysis of marketing margins, as well as to determine whether the marketing efficiency of white oyster mushrooms in Air Rambai Village, Curup District. This research was conducted in March 2022 in Air Rambai Village, Curup District, Rejang Lebong Regency with farmers in Air Rambai Village. Data analysis used in this research is marketing channel analysis, marketing margin analysis, and marketing efficiency analysis. This data analysis was used for farmers and the 12 retailer respondents in Air Rambai Village, Curup District, Rejang Lebong Regency. Based on the results of data analysis, it can be seen that the marketing channel of white oyster mushrooms in Air Rambai Village, Curup District, Rejang Lebong Regency has two marketing channel patterns where the first marketing channel pattern sells white oyster mushrooms directly to end consumers, and the second marketing channel pattern is farmers sell to traders. Retailers and then traders resell to final consumers. The marketing margin in the first marketing channel is Rp. 0, while in the second marketing channel it is Rp. 11,583. and the marketing efficiency of white oyster mushrooms in Air Rambai Village, Curup District, Rejang Lebong Regency is said to be efficient.

Keywords: Efficiency, Marketing Channels, White Oyster Mushroom.

Abstrak: Penelitian analisis efisiensi pemasaran jamur tiram putih (*Pleurotus Ostreatus*) di Kelurahan Air Rambai Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran, dan analisis margin pemasaran, serta untuk mengetahui apakah efisien pemasaran jamur tiram putih yang ada di Kelurahan Air Rambai Kecamatan Curup. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret tahun 2022 di Kelurahan Air Rambai Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong dengan petani yang ada di Kelurahan Air Rambai. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis saluran pemasaran, analisis margin pemasaran, dan analisis efisiensi pemasaran. Analisis data ini digunakan kepada petani dan ke-12 responden pedagang pengecer yang ada di Kelurahan Air Rambai Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong. Berdasarkan hasil dari analisis data dapat diketahui bahwa saluran pemasaran jamur tiram putih di Kelurahan Air Rambai Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong memiliki dua pola saluran pemasaran yang dimana pola saluran pemasaran pertama petani menjual jamur tiram putih langsung kepada konsumen akhir, dan pola saluran pemasaran kedua petani menjual kepada pedagang pengecer lalu pedagang pengecer menjual kembali ke konsumen akhir. Margin pemasaran pada saluran pemasaran pertama sebesar Rp 0, sedangkan pada saluran pemasaran kedua sebesar Rp 11.583. dan efisiensi pemasaran jamur tiram putih di Kelurahan Air Rambai Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong dikatakan sudah efisien.

Kata kunci: Efisiensi, Saluran Pemasaran, Jamur Tiram Putih.

PENDAHULUAN

Luas lahan pertanian di Indonesia semakin lama mengalami penurunan. Hal ini disebabkan oleh beralihnya kepemilikan lahan dan alih fungsi lahan pertanian menjadi perumahan maupun perkotaan. Kepemilikan lahan per keluarga tergolong terendah, terutama sawah dan perkebunan (Fajar, 2013). Kepemilikan lahan pertanian yang semakin sempit ini dapat di atasi dengan budidaya komoditas yang tidak membutuhkan luas lahan yang besar, salah satunya adalah budidaya jamur tiram putih.

Perkembangan usaha jamur konsumsi saat ini telah tersebar luas ke seluruh daerah di Indonesia, terutama untuk usaha jamur tiram putih (*pleurotus ostreatus*) yang relatif lebih mudah untuk dibudayakan dengan menggunakan biaya yang lebih murah dibandingkan dengan usaha budidaya jamur merang (Maulana, 2012).

Budidaya jamur tiram memiliki prospek ekonomi yang baik hal ini tidak terlepas dari tingginya permintaan pasar dalam negeri maupun luar negeri. Jamur tiram merupakan salah satu produk komersial dan dapat dikembangkan dengan teknik yang sederhana. Diperkirakan pada tahun 2015, dengan asumsi kenaikan pasar sekitar 5 persen per tahun, maka kebutuhan jamur tiram untuk wilayah Indonesia akan naik menjadi 21.900 ton/tahun. Padahal kemampuan petani untuk menyediakannya baru sekitar 10.000-12.500 ton/tahun. Dari informasi di atas sudah jelas bahwa prospek budidaya akan jamur tiram putih ini sangat baik (Piryadi, 2013).

Jamur tiram sebagai sumber bahan pangan, selain dikenal lezat juga bergizi. Kandungan protein jamur tiram cukup tinggi dan asam amino esensialnya lebih lengkap dibandingkan dengan jenis sayuran lainnya. Jamur tiram mengandung 18 macam asam amino yang dibutuhkan oleh tubuh manusia. Jenis asam amino tersebut antara lain isoleusin, lisin, methionin, cistein, penilalanin, tirosin, treonin, triptopan, valin, arginin, histidin, alanin, asam aspartat, asam glutamate, glisin, prolin, dan serin (Cahyana et al., 1999).

Jamur tiram mempunyai banyak manfaat, nilai ekonomi tinggi, dan dapat dibudidayakan dengan teknologi sederhana. Untuk menghasilkan jamur dengan kualitas dan kuantitas yang baik, maka perlu diketahui kondisi lingkungan serta cara budidaya yang benar dan sesuai. Informasi tentang pembudidayaan jamur tiram ini diperlukan sebagai upaya untuk memenuhi permintaan pasar yang terus meningkat.

Budidaya jamur tiram putih yang ada di Provinsi Bengkulu sudah dimulai dari beberapa tahun yang lalu, dan untuk saat ini pengembangan budidaya jamur tiram tersebut

sudah mengalami peningkatan serta bisa dikatakan sudah signifikan. Dikarenakan di Bengkulu banyak sekali permintaan dari pasar, hal ini menyebabkan banyak petani yang ada di Provinsi Bengkulu yang membudidayakan jamur tiram putih karena komoditi ini cukup menjanjikan serta guna untuk memenuhi permintaan dari pasar di Provinsi Bengkulu.

Kabupaten Rejang Lebong merupakan salah satu wilayah di Provinsi Bengkulu yang membudidayakan jamur tiram putih. Pelaku usaha jamur tiram putih di wilayah Kabupaten Rejang Lebong terdapat di Kecamatan Curup. Selain didukung oleh ketersediaan bahan baku dalam memproduksi jamur tiram putih seperti serbuk gergaji, dedak padi, kapur, dan tambahan unsur lainnya sebagai media pembuatan baglog, juga didukung oleh ketersediaan pasar jamur tiram putih yang cukup besar.

Terdapat beberapa saluran pemasaran yang digunakan oleh para petani dalam menjual hasil dari panennya yaitu ada yang memasarkannya langsung kepada para konsumen, ada juga yang melalui dengan perantara pedagang pengecer untuk dipasarkan kepada konsumen. Selain dijual segar, para pelaku usaha jamur tiram juga melakukan diversifikasi produknya, misalnya dalam bentuk keripik dan tepung. Dari seluruh produksi jamur tiram tersebut, ternyata baru dapat memenuhi 50 persen dari permintaan pasar dalam negeri. Hal ini dapat dijadikan sebagai landasan bahwa angka permintaan akan jamur tiram sangat tinggi sehingga peluang untuk membudidayakannya sangat terbuka (Chazali, 2009).

Permintaan jamur tiram putih pada Kabupaten Rejang Lebong cukup tinggi dan petani yang ada terbatas, serta tidak dapat untuk memenuhi permintaan yang ada dikarenakan banyaknya konsumen yang menggemari untuk mengkonsumsi jamur tiram putih membuat ketersediaannya menjadi terbatas. Dalam mendistribusikan jamur tiram putih semakin panjang saluran pemasaran, maka akan semakin melemahkan keefisienan pemasaran tersebut. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pola saluran pemasaran jamur tiram putih yang ada di Kelurahan Air Rambai Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong, serta menganalisis margin pemasaran dan menganalisis efisiensi pemasaran jamur tiram putih di Kelurahan Air Rambai Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong.

METODOLOGI PENELITIAN

Tempat dan Waktu

Penelitian ini di laksanakan pada bulan Maret tahun 2022 di Kelurahan Air Rambai Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan

secara sengaja (Purposive Sampling), dengan pertimbangan bahwa lokasi ini merupakan salah satu penghasil jamur tiram putih di Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong

Metode Pengambilan Sampel

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah petani jamur tiram putih yaitu Bapak Priyono yang menjadi satu-satunya petani jamur tiram putih yang berada di Kelurahan Air Rambai Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong. Teknik pengambilan sample untuk petani jamur tiram putih menggunakan purposive sampling (sampel yang sengaja dipilih). Menurut Nasehudin dan Gozali (2012), purposivesampling merupakan salah satu teknik sampling non random dimana peneliti menentukan ciri – ciri khusus yang sesuai dengan tujuan peneliti. Jumlah sampel lembaga pemasaran dilakukan dengan menggunakan snow ballsampling. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa snow ball sampling method adalah tehnik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, semakin lama semakin besar.

Metode Pengumpulan Data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data skunder. Data primer diperoleh dari petani yang ada di Kelurahan Air Rambai Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong. Sedangkan data skunder diperoleh dari lembaga pemasaran jamur tiram putih yang terkait dengan penelitian ini seperti, pedagng pengepul, dan pedagang pengecer yang berhubungan dengan penelitian ini. Hal ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhn informasi yang menggambarkan tentang gambaran umum kondisi dan lokasi penelitian.

Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Analisis Saluran Pemasaran

Analisis saluran pemasaran dilakukan secara deskriptif yaitu dengan menjelaskan tipe saluran pemasaran dan fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh petani dan Lembaga pemasaran jamur tiram di Kelurahan Air Rambai Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong.

2. Analisis Margin Pemasaran

$$\mathbf{MP = Pr - Pf}$$

MP = Margin Pemasaran (Rp/Kg)

Pr = Harga di Tingkat Pengecer (Rp/Kg)

Pf = Harga di Tingkat Petani (Rp/Kg)

3. Analisis Efisiensi Pemasaran

Perhitungan efisiensi pemasaran komoditas pertanian sebagai berikut :

$$Ep = \frac{BP}{NP} \times 100\%$$

Ep = Efisiensi Pemasaran (%)

BP = Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)

NP = Total Nilai Produk yang dipasarkan (Rp/Kg)

Kriteria Penilaian :

Apa bila nilai EP < 50%, maka pemasaran efisien

Apa bila nilai EP ≥ 50%, maka pemasaran tidak efisien (Soekartawi, 2002).

Konsep dan Pengukuran Variabel

1. Responden dalam penelitian ini adalah petani yang melakukan kegiatan budidaya jamur tiram putih dan pedagang pengecer yang memasarkan jamur tiram putih.
2. Petani jamur tiram adalah orang memiliki usaha budidaya jamur tiram atau orang yang menghasilkan jamur tiram.
3. Produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan yang dinyatakan dalam Kilogram (Kg).
4. Saluran pemasaran adalah tata urutan atau jalur pemasaran jamur tiram yang dimulai dari petani hingga sampai ketangan konsumen.
5. Pedagang pengecer adalah orang yang membeli barang atau produk dari petani/produsen untuk dijual kembali kepada konsumen.
6. Harga jamur tiram ditingkat petani adalah harga jual jamur tiram yang diterima petani yang dinyatakan dalam Rupiah per Kilogram (Rp/Kg).
7. Harga jamur tiram ditingkat pedagang pengecer adalah harga jual jamur tiram yang diterima pedagang pengecer dari hasil penjualan ke konsumen akhir yang dinyatakan dalam Rupiah per Kilogram (Rp/Kg).
8. Biaya pemasaran adalah semua biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran jamur tiram, yang meliputi : biaya transportasi, biaya pengemasan, dan biaya lainnya yang dinyatakan dalam Rupiah (Rp).
9. Keuntungan pemasaran adalah penjumlahan dari semua keuntungan yang didapat tiap lembaga pemasaran yang dinyatakan dalam Rupiah (Rp).

10. Margin pemasaran adalah selisih harga yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen dan dinyatakan dalam satuan Rupiah (Rp).
11. Efisiensi pemasaran jamur tiram secara teknis diukur dengan membandingkan biaya pemasaran dari nilai produk yang dipasarkan dan dinyatakan dalam persen (%).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pedagang Pengecer Jamur Tiram Putih

Pada kegiatan pendistribusian barang terdapat pedagang perantara atau biasa disebut pedagang pengecer. Pedagang pengecer memiliki peran yang penting dalam melakukan proses pendistribusian barang jualan supaya pemasaran berjalan dengan lancar. Karakteristik pedagang pengecer yang ada di Kelurahan Air Rambai Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong meliputi umur, pendidikan, pengalaman berusaha, dan tanggungan keluarga. Karakteristik pedagang pengecer jamur tiram putih dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden Pedagang Pengecer Jamur Tiram Putih.

No	Uraian	Status Pedagang Pengecer	
		Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Umur (Tahun)		
	40 – 45	6	50%
	46 – 50	4	33%
	51 – 55	2	17%
	Jumlah	12	100%
2.	Tingkat Pendidikan		
	SD	4	33%
	SMP	3	25%
	SMA/SMK	5	42%
	Jumlah	12	100%
3.	Lamanya Usaha (Tahun)		
	1 – 10	5	42%
	> 10	7	58%
	Jumlah	12	100%
4.	Tanggungan Keluarga		
	1 – 3	9	75%
	> 3	3	25%
	Jumlah	12	100%

Sumber : Data Primer Yang Diolah 2022

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa jumlah responden pedagang pengecer jamur tiram putih sebanyak 12 orang. Ke-12 responden tersebut berada pada usia produktif, yang dimana enam orang pedagang pengecer berada pada usia antara 40 – 45 tahun (50%), empat orang pedagang pengecer berada pada usia antara 46 – 50 tahun (33%), dan dua orang pedagang pengecer lainnya berada pada usia antara 51 – 55 tahun (17%). Usia responden

pedagang pengecer jamur tiram putih termasuk dalam kata usia yang produktif, sehingga mampu berkerja dengan lebih baik lagi dengan didukung oleh mental yang telah terbentuk sehingga pedagang pengecer dapat melaksanakan penyaluran produk pertanian hingga ketangan konsumen akhir.

Tingkat pendidikan responden pedagang pengecer jamur tiram putih terdiri dari empat orang tamatan SD (33%), tiga orang tamatan SMP (25%), dan lima orang tamatan SMA/SMK (42%). Pendidikan formal para responden pedagang pengecer jamur tiram putih dirasa cukup baik hal ini terlihat pada jumlah pedagang pengecer yang memiliki pendidikan paling tinggi yaitu SMA/SMK sebanyak lima orang dan tiga orang tamatan SMP. Pendidikan formal yng ditempuh para responden pedagang pengecer mempengaruhi para pelaku pemasaran dalam melakukan analisis proses pemasaran.

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa pengalaman berusaha responden pedagang pengecer jamur tiram putih terbanyak yaitu lebih dari 10 tahun (58%). Lamanya pengalaman dalam melakukan atau mengelola kegiatan usahanya sangat berpengaruh dalam melihat peluang pasar dari sistem pemasaran jamur tiram putih yang menjadi produk yang dipasarkan.

Yang memiliki jumlah tanggungan keluarga 1 – 3 orang yaitu sebesar (75%) atau sebanyak 9 orang responden, dan yang memiliki tanggungan keluarga lebih dari 3 orang sebesar (25%) atau sebanyak 3 orang responden.

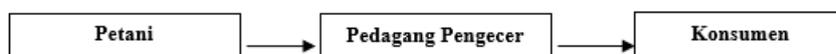
Saluran Pemasaran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan dapat diuraikan mengenai pola saluran pemasaran jamur tiram putih di Kelurahan Air Rambai Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong. Pengumpulan data untuk mengetahui berbagai macam saluran pemasaran jamur tiram putih yang digunakan, diperoleh dengan cara melakukan penelusuran jalur pemasaran jamur tiram putih mulai dari petani hingga akhirnya sampai kepada para konsumen. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada pemasaran jamur tiram putih di Kelurahan Air Rambai Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong terdapat dua saluran pemasaran.

1. Pola saluran pemasaran I



2. Pola saluran pemasaran II

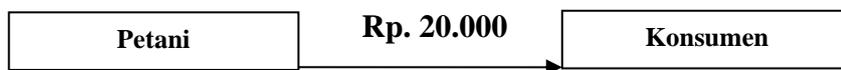


Gambar 1. Pola Saluran Pemasaran Jamur Tiram Putih Di Kelurahan Air Rambai

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka pemasaran jamur tiram putih di Kelurahan Air Rambai terdapat dua saluran pemasaraan, dapat dilihat pada gambar 3 yang dimana pola saluran pemasaran pertama petani menjual langsung jamur tiram putih kepada konsumen. Dan pola saluran kedua petani menjual jamur tiram putih kepada pedagang pengecer lalu pedagang pengecer menjual kembali jamur tiram putih kepada para konsumen akhir. Dalam kedua saluran pemasaran tersebut baik pola saluran pemasaran pertama maupun kedua, konsumen dan pedagang pengecer menjemput langsung jamur tiram putih ke rumah petani.

Margin Pemasaran

1. Saluran Pemasaran 1



Gambar.Saluran Pemasaran I

Pada saluran pemasaran pertama ini petani menjual jamur tiram putih langsung ketangan konsumen akhir dengan harga Rp 20.000 dengan cara pembeli/konsumen mendatangi petani di kediamannya langsung. Tetapi petani jarang menjual langsung kekonsumen akhir sebab jamur tersebut biasanya langsung habis di pagi hari diambil oleh para pedagang pengecer.Jadi berdasarkan hasil dari pengamatan secara langsung petani sangat jarang menjual secara langsung jamur tiram putih kepada konsumen akhir, jika konsumen tersebut tidak memesan di jauh – jauh hari.

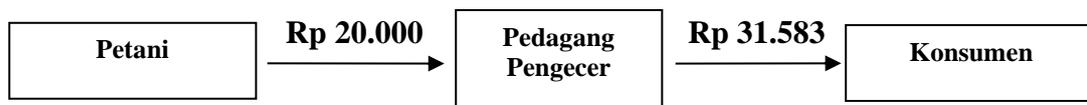
Tabel 2. Margin Pemasaran Jamur Tiram Putih pada pola saluran pemasaran ke I di Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong.

Uraian	Saluran
Harga Jual Petani (Rp)	20.000
Harga Beli Konsumen Akhir (Rp)	20.000
Share Petani (%)	100%
Margin (Rp)	0

Sumber:Data Primer Yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa margin pemsaran jamur tiram putih pada pola saluran pemasaran pertama sebesar Rp 0, dikarenakan pada saluran pemasaran pertama ini tidak memiliki perantara antara petani dan konsumen akhir.

2. Saluran Pemasaran 2



Gambar. Saluran Pemasaran II

Pada saluran pemasaran kedua ini, petani menjual jamur tiram putih kepada pedagang pengecer dikarenakan akses pemasarannya lebih mudah serta alasan lainnya petani menjual jamur tiram putih kepada para pedagang pengecer karena adanya keterkaitan semacam pelanggan tetap, harga yang ditetapkan petani kepada pedagang pengecer sebesar Rp 20.000. Maka petani tidak perlu mencari pembeli lagi saat sudah memanen jamur tersebut. Kemudian pedagang pengecer langsung menjualkan jamur – jamur tersebut ke pasar – pasar tradisional seperti : pasar atas, pasar kaget, pekan – pekan, dan juga warung - warung sayuran, hingga sampai kepada para konsumen akhir dengan harga sebesar Rp 31.583.

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga jual dengan harga beli dari suatu produk pada setiap lembaga pemasaran yang ikut terlibat dalam suatu kegiatan pemasaran. Di Kelurahan Air Rambai Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong terdapat dua saluran pemasaran jamur tiram putih. Saluran pemasaran pertama melibatkan petani yang langsung menjualkan produknya ke tangan konsumen, sedangkan saluran pemasaran kedua melibatkan pedagang pengecer, yang dimana petani menjual jamur tiram putih ke pedagang pengecer dari pedagang pengecer selanjutnya baru dijual kembali secara eceran ke tangan konsumen akhir. Harga beli dan harga jual serta margin pemasaran jamur tiram putih pada pola saluran pemasaran kedua dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Margin Pemasaran Jamur Tiram Putih pada pola saluran pemasaran ke II di Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong.

Uraian	Saluran
Harga Jual Petani (Rp)	20.000
Harga Pedagang Pengecer (Rp)	31.583
Share Petani (%)	63,3%
Margin (Rp)	11.583

Sumber: Data Yang Diolah, 2022

Pada tabel 3 dapat dilihat bahwa margin pemasaran pedagang pengecer tidak sama dengan petani. Hal ini dikarenakan pedagang pengecer mengeluarkan biaya pemasaran lebih banyak dibandingkan petani, karena petani menjual jamur tiram putih langsung ke pedagang pengecer dan juga jamur tersebut dijemput oleh para pedagang pengecer. Sebab itu margin pemasaran pedagang pengecer sebesar Rp 11.583, karena adanya biaya tambahan yang harus pedagang pengecer keluarkan untuk memasarkan jamur tiram putih tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian, kedua saluran pemasaran jamur tiram putih tidak memiliki perbedaan harga yang diterima oleh petani. Hal ini disebabkan petani merupakan

orang yang menentukan harga atau orang yang menetapkan harga baik kepada konsumen maupun ke para pedagang pengecer.

Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran jamur tiram putih yang ada di Kelurahan Air Rambai Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong dapat diketahui melalui tabel berikut ini :

Tabel 4. Efisiensi Pemasaran Jamur Tiram Putih Di Kelurahan Air Rambai Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong.

No	Uraian	Saluran I	Saluran II
A.	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)		
	1. biaya transportasi	-	9,500
	2. biaya kemasan	200	200
	3. biaya tenaga kerja	633	633
	4. biaya penyusutan alat	480	489
	Jumlah	1.322	10.822
B.	Nilai Produk Yang Dipasarkan (Rp/Kg)	20.000	31.583
C.	Harga Jual Di Tingkat Petani (Rp/Kg)	20.000	20.000
D.	Harga Beli Di Tingkat Konsumen (Rp/Kg)	20.000	31.583
	Efisiensi Pemasaran (%) (A/B*100%)	6.61%	34.3%
	Margin Pemasaran (%) ((D-C)/D*100%)	0%	36.67%
	Farmer's Share (%) (C/D*100%)	100%	63.33%

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa biaya pemasaran jamur tiram putih masing – masing saluran pemasaran berbeda – beda. Hal ini dipengaruhi oleh lembaga pemasaran yang ikut terlibat dalam kegiatan pemasaran yang ada di Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong. Nilai produk yang dipasarkan juga memiliki perbedaan, perbedaan nilai produk dipengaruhi oleh harga beli produk, biaya pemasaran, dan keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran.

Efisiensi pemasaran terdiri dari efisiensi teknis dan efisiensi ekonomis. Efisiensi teknis pemasaran dipengaruhi oleh biaya pemasaran dan nilai produk yang dipasarkan. Sedangkan efisiensi ekonomis yaitu perbandingan antara persentase margin pemasaran dengan persentase Farmer's Share.

Pada saluran pemasaran I efisiensi pemasaran jamur tiram putih sebesar 6,61%, dan persentase margin pemasarannya sebesar 0% serta untuk Farmer's Share pada pola saluran pemasaran I sebesar 100%, karena saluran pemasaran I tidak terdapat lembaga pemasaran yang dilalui hingga sampai ke konsumen akhir. Pada saluran pemasaran II efisiensi pemasaran jamur tiram putih sebesar 34,3% dan persentase margin pemasarannya sebesar 36,67%, dan untuk Farmer's Sharenya sebesar 63,33%. Saluran pemasaran II terdapat satu lembaga pemasaran yang dilalui hingga sampai ke konsumen akhir (pedagang pengecer).

Berdasarkan hasil dari penelitian dapat diketahui bahwa efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran I lebih kecil dibandingkan dengan saluran pemasaran II. Hal ini dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran I lebih efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran II. Untuk mengetahui efisien saluran pemasaran yaitu dengan cara menggunakan indikator yang diterima petani atau bisa disebut sebagai farmer's share. Besar kecilnya farmer's share dipengaruhi oleh besar kecilnya margin pemasaran. Semakin rendah margin pemasaran maka akan semakin besar pula yang diterima petani (Farmer's Share), dengan demikian saluran pemasaran tersebut dikatakan efisien.

Bila bagian yang diterima petani kurang dari 50% berarti belum efisien, dan sebaliknya bila bagian yang diterima petani lebih dari 50% maka pemasaran dikatakan efisien. Semakin rendah margin pemasaran berarti bagian yang diterima akan semakin besar dan semakin tinggi margin pemasaran berarti bagian yang akan diterima petani akan semakin kecil. (Darmawati,2005).

Pada penelitian ini yang berjudul "Analisis Efisiensi Pemasaran Jamur Tiram Putih (Pleurotus Ostreatus) Di Kelurahan Air Rambai Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong" diketahui bahwa saluran pemasaran jamur tiram putih di Kecamatan Curup dapat dikatakan sudah efisien. Karena kita bisa lihat dari tabel 7 bahwa farmer's share atau bagian yang diterima oleh petani lebih dari 50%, oleh sebab itu pemasaran jamur tiram putih di Kecamatan Curup dikatakan efisien.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian yang telah dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa :

1. Saluran pemasaran jamur tiram putih yang ada di Kelurahan Air Rambai Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong terdapat dua saluran pemasaran yaitu :
 - a. Pola saluran pemasaran I : Petani – Konsumen Akhir.
 - b. Pola saluran pemasaran II : Petani – Pedagang Pengecer – Konsumen Akhir.
2. Margin pemasaran jamur tiram putih tidak memiliki perbedaan harga yang diterima oleh petani dari kedua saluran pemasaran tersebut. Hal ini disebabkan petani merupakan orang yang menentukan harga atau orang yang menetapkan harga baik kepada konsumen maupun ke para pedagang pengecer. Margin pemasaran untuk pola saluran pemasaran pertama sebesar Rp 0, sedangkan margin untuk pola saluran pemasaran kedua sebesar Rp 11.583.

3. Saluran pemasaran jamur tiram putih di Kelurahan Air Rambai memiliki Farmer's Share yang berbeda – beda. Saluran pemasaran I memiliki Farmer's Share yang paling besar dibandingkan dengan Farmer's Share yang ada pada saluran pemasaran II. Efisiensi pemasaran jamur tiram putih di Kelurahan Air Rambai secara indeks saluran yang efisien adalah saluran pemasaran I karena memiliki persentase margin yang kecil.

Saran

1. Kepada Petani

Di harapkan agar petani dapat terus meningkatkan lagi hasil produksi jamur tiram putih, agar dapat meningkatkan pendapatan, serta memperluas jaringan pemasaran agar lebih merata sehingga masyarakat yang belum mengetahui akan lebih mengenal jamur tiram putih. Serta akan lebih efisien lagi jika petani dapat melakukan inovasi seperti pembuatan bibit sendiri. Dan petani dapat menentukan harga yang sesuai dengan pasaran.

2. Kepada Pemerintah

Di harapkan pemerintah Kecamatan Curup berkerja sama dengan Dinas Pertanian Kabupaten Rejang Lebong untuk membuat kebijakan agar lebih berperan penting dalam membantu petani dan memberikan sosialisasi kepada masyarakat mengenai budidaya jamur tiram putih dan pengolahan jamur tiram putih agar memiliki nilai tambah untuk dipasarkan kepada para konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Pandu Nugraha, 2006. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Jamur Tiram Segar Di Bogor Propinsi Jawa Barat. Institut Pertanian Bogor.
- Arifatus Sholehah, 2015. Analisis Pemasaran dan Strategi Pengembangan Jamur Tiram di Kecamatan Silo Kabupaten Jember. Universitas Jember.
- Azmiliana, Wan. 2016. Analisis Pemasaran Jamur Tiram Putih. Universitas Riau
- BPS Rejang Lebong, 2021. Kecamatan Curup Dalam Angka, 2021. BPS Rejang Lebong
- Cahyana et al., 1999. Pengertian dan fungsi Pemasaran. PT Bumi Aksara : Jakarta.
- Chazali, 2009. Klasifikasi Dan Morfologi Tanaman Jamur Tiram. Petani Hebat.
- Daniel, 2004. Saluran Pemasaran Agribisnis. Penerbit UI- Press. Jakarta.
- Darmawati, 2005. Analisis Pemasaran Mendong Di Kabupaten Sleman. Skripsi. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.

- Dryanto, 2011. Manajemen Pemasaran. Cetakan 1. Bandung. Satu Nusa.
- Djarajah, 2001. Jamur Tiram. Yogyakarta. Penerbit Kanisius.
- Fajar, 2013. Budidaya Jamur Tiram Putih. Indonesia..
- Firdaus, Muhammad. 2010. Manajemen Agribisnis. Penerbit PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Ginting, et al, 2013. Studi Pertumbuhan dan Produksi Jamur Tiram Putih Pad Media Tumbuh Gergaji Kayu Sengon dan Bagas Tebu. Universitas Brawijaya. Malang.
- Hanifah, 2014. Pertumbuhan dan Hasil Jamur Tiram Putih Pada Komposisi Media Tanam Serbuk Gergaji, Ampas Tebu, dan Jantung Pisang Yang Berbeda. Universitas Muhammadiyah. Surakarta.
- Hanafie, 2010. Pengantar Ekonomi Pertanian. CV Andi offset.
- Irianto dan Widiyanti, 2013. Efisiensi Pemasaran Agribisnis Jamur Kuping Di Kabupaten Karanganyar Volume 9 Universitas Sebelas Maret.
- Julian, Andre, dkk. 2018. Analisis Pemasaran Jamur Tiram Putih Volume 10
- Kotler, Philip. 1999 a. Manajemen Pemasaran. Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Amstrong. 2001. Prinsip – prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta. Erlangga.
- Maulana, 2012. Panen Jamur Tiap Musim, Panduan Lengkap Bisnis dan Budidaya Jamur Tiram. Lily Publisher. Yogyakarta.
- Manullang, M, 2008. Dasar – Dasar Manajemen. Yogyakarta. Gadjah Mada Press.
- Nainggolan, 2017. Analisis Efisiensi Pemasaran Telur Ayam Ras di Kota Medan Sumatra Utara. Universitas Sumatra Utara. Medan.
- Nasehudin & Gozali, 2012. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung. CV Pustaka Setia.
- Pasaribu, dkk, 2002. Aneka Jamur Unggulan Yang Menembus Pasar. Jakarta. Grasindo.
- Priyadi. 2013. Deskripsi Jamur Tiram Putih. Agromedi. Jakarta.
- Reki Cndra, 2014. “Analisis Usahatani dan Pemasaran Jamur Tiram dengan Cara Konvensional dan Jaringan (Multi Level Marketing) Di Provinsi Lampung” Volume 2 Universitas Lampung.
- Setiadi et al, 2015. Pengaruh Takaran Dosis Bekatul Pada Miselium Serbuk Kayu Karet Terhadap Hasil Produksi Jamur Tiram Putih. Universitas Pangaraian.
- Suriawiria, 2002. Budidaya Jamur Shitake. Jakarta. Penebar Swadaya.
- Sudiyono, A, 2001. Pemasaran Pertanian. Malang. Universitas Muhammadiyah Malang.

Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Penerbit Alfabeta. CV.

Soekartawi, 2003. *Teori Ekonomi Produksi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Widodo N, 2007. *Isolasi dan Karakteristik Senyaw Alkaloid yang Terkandung Dalam Jamur Tiram Putih*. Universitas Negeri Semarang.