

Analisis Usaha Tani dan Pemasaran Jamur Tiram (*Pleurotus ostreatus*) pada Klaster Jamur di Kabupaten Sukoharjo

*Analysis of Oyster Mushroom (*Pleurotus ostreatus*) Farming and Marketing in the Mushroom Cluster
in Sukoharjo Regency*

Helmy Rahmawati¹, Heru Irianto^{1,2} dan Raden Kunto Adi^{1,2}

¹ Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia; ² Pusat Studi Pendampingan Koperasi dan UMKM (PSP-KUMKM) LPPM, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

Abstrak

Jamur tiram sebagai salah satu komoditas hortikultura banyak dibudidayakan di Kabupaten Sukoharjo. Petani jamur tiram ini tergabung pada klaster jamur yang jumlahnya semakin berkurang dari tahun ke tahun dikarenakan kurangnya kekuatan tawar-menawar harga jual sehingga penentuan harga ditentukan bukan oleh petani melainkan pedagang. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui biaya, penerimaan, keuntungan dan efisiensi usaha tani jamur tiram; mengetahui pola saluran pemasaran yang digunakan; mengetahui biaya, keuntungan dan margin pemasaran; serta *farmer's share* sehingga dapat diketahui efisiensi dari pemasaran jamur tiram di Kabupaten Sukoharjo. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang dilaksanakan dengan metode *purposive*. Jumlah sampel ditentukan dengan metode sensus dan metode *snowball*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha tani jamur tiram telah berlangsung secara efisien. Terdapat lima saluran pemasaran di Kabupaten Sukoharjo, margin pemasaran paling rendah terdapat pada saluran V yaitu: petani → konsumen akhir, sementara margin paling tinggi terdapat pada saluran II yaitu: petani → pedagang pengumpul → pedagang pengecer → konsumen akhir. Nilai *farmer's share* yang dihasilkan menunjukkan bahwa pemasaran sudah berlangsung secara efisien dengan nilai pada lima saluran $\geq 60\%$.

Kata kunci: efisiensi; margin; pangsa produsen; profitabilitas

Abstract

This Oyster mushrooms, as one of the horticultural commodities, are widely cultivated in Sukoharjo Regency. These oyster mushroom farmers are attached to the mushroom cluster, which is decreasing yearly due to low bargaining ability in determining the price of production products because traders set the selling price. The purpose of this study is to determine the cost, receipt, profit and efficiency of oyster mushroom farming; assess the pattern of marketing channels used, marketing costs, marketing profits, marketing margins, and farmer's share so that the efficiency of oyster mushroom marketing in Sukoharjo Regency can be known. The research method used is descriptive, carried out in Sukoharjo Regency using the purposive method. The number of samples is determined by the census method and the snowball method. The results showed that the oyster mushroom farming business has been going on efficiently. There are five marketing channels in Sukoharjo Regency. The lowest marketing margins are found in channel V, namely: farmers → end consumers, while the highest margins are found in channel II, namely: farmers → collector traders → retailers → end consumers. The resulting farmer's share value shows that marketing is already taking place efficiently, with the farmer's share value on all five channels $\geq 60\%$.

Keywords: efficiency; farmer's share; margin; profitability

* **Corresponding author:** helmyrahmawati@student.uns.ac.id

Citation: Rahmawati, H., Irianto, H., & Adi, R. K. (2022). Analisis Usaha Tani dan Pemasaran Jamur Tiram (*Pleurotus ostreatus*) pada Klaster Jamur di Kabupaten Sukoharjo. *Journal of Cooperative, Small and Medium Enterprise Development*, 1(1), 1-10. <http://dx.doi.org/10.20961/cosmed.v1i1.62656>

PENDAHULUAN

Indonesia kaya akan potensi agraris yang tinggi meliputi potensi ketersediaan lahan, keanekaragaman jenis tumbuhan, agroklimatologi dan sumber daya manusia yang cukup mendukung. Sektor pertanian di Indonesia cukup mendukung perekonomian, oleh karena itu perlu dikelola secara efisien sehingga selain dari peningkatan pada sisi produksinya, sektor pertanian juga dapat meningkatkan kesejahteraan para petani. Usaha dalam sektor pertanian yang sangat berpotensi untuk dikembangkan adalah usaha agribisnis hortikultura yang semakin meningkat potensinya selain usaha bahan pangan yang lain (Irawan, 2012). Kontribusi yang cukup besar bagi sektor pertanian dan perekonomian nasional diberikan oleh subsektor hortikultura dimana nilai produk domestik bruto (PDB) cenderung bertambah (BPS, 2021). Salah satu komoditas hortikultura yang sangat berpotensi untuk dikembangkan adalah jamur dimana produksinya pada tahun 2020 mencapai 3.316 ton dengan lima sentra usaha jamur salah satunya adalah Jawa Tengah (BPS, 2020). Jamur yang mudah untuk dilakukan budidaya dan diolah serta mempunyai pangsa pasar yang cukup luas adalah jamur tiram (*Pleurotus ostreatus*).

Kabupaten Sukoharjo termasuk daerah dimana masyarakatnya banyak membudidayakan jamur tiram. Jamur tiram banyak dijadikan olahan makanan oleh masyarakat dikarenakan rasanya yang lezat, kaya nutrisi, rendah lemak, dapat dikonsumsi dalam keadaan segar maupun diolah menjadi berbagai jenis makanan, dan dapat beradaptasi dengan lingkungan sekitar serta memiliki produktivitas yang tinggi (Lisa *et al.*, 2015). Para petani pembudidaya jamur tiram ini tergabung dalam suatu klaster yaitu klaster jamur di Kabupaten Sukoharjo. Karakteristik klaster industri meliputi kesamaan skala dan jenis produk industri, kedekatan lokasi, keahlian yang seragam dari penduduk, kerja sama antar pengusaha, bahan baku, alat produksi dan komponen subkontraktor (Haji *et al.*, 2017).

Kegiatan usaha tani dan pemasaran jamur tiram di Kabupaten Sukoharjo menemui beberapa kendala. Kendala pertama yaitu produsen jamur tiram yang masih sedikit bahkan terus mengalami penurunan belum mampu memenuhi permintaan pasar yang cukup besar. Berdasarkan data Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Sukoharjo (2020), jumlah anggota klaster jamur di Kabupaten Sukoharjo tahun 2015 sebanyak 37 UMKM dan terus menurun hingga tersisa 33 UMKM pada tahun 2019. Jumlah UMKM yang terus mengalami penurunan perlu dianalisis apakah usaha tani jamur tiram pada wilayah Kabupaten Sukoharjo ini masih layak atau tidak untuk dijalankan. Hasil wawancara dengan beberapa pedagang jamur tiram di Kabupaten Sukoharjo pada Februari 2022 menyatakan bahwa seluruh hasil produksi jamur tiram yang dijual selalu terserap habis oleh pasar atau lembaga pemasaran lainnya, bahkan meminta lebih dari jumlah produksi yang mampu dihasilkan petani. Analisis perhitungan perlu dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai biaya yang dikeluarkan, penerimaan dan keuntungan agar dapat diketahui kelayakan usaha tani jamur tiram pada klaster jamur di Kabupaten Sukoharjo. Biaya usaha tani meliputi nilai uang keseluruhan yang dikeluarkan oleh petani dalam melakukan kegiatan usaha taninya (Barokah *et al.*, 2014). Biaya usaha tani yang digunakan yaitu biaya eksplisit dan biaya implisit dimana biaya untuk pembayaran sumber daya yang dilakukan secara tunai merupakan biaya eksplisit dan biaya yang tidak dibayarkan secara langsung atau non tunai merupakan biaya implisit (Styawan *et al.*, 2018). Penerimaan meliputi keseluruhan pemasukan yang dihasilkan dari suatu kegiatan usaha tani dimana peningkatan pada penerimaan juga akan meningkatkan keuntungan yang diperoleh (Maihendry *et al.*, 2020). Keuntungan diperoleh dari selisih antara penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan dalam melakukan kegiatan usaha tani (Qorina *et al.*, 2021).

Kendala berikutnya yang terjadi pada usaha tani jamur tiram adalah produsen dalam menentukan harga hasil produksi tidak memiliki kekuatan tawar-menawar atau *bargaining power* dibandingkan dengan pedagang sehingga produsen cenderung menerima harga yang ditetapkan pedagang selama masih menghasilkan keuntungan. Beberapa lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan pemasaran menurut Mahananto dan Prasetyowati (2019) antara lain produsen (petani) yang merupakan pelaku budidaya usaha tani, pedagang pengumpul adalah lembaga yang secara langsung mengambil produk dari produsen, pedagang besar yang merupakan lembaga yang membeli dan menjual produk dalam jumlah di atas 75 kg dan biasanya menjadi penentu harga, pedagang kecil yang membeli dan menjual dalam jumlah 15-60 kg, dan pedagang pengecer yang merupakan lembaga yang membeli dan menjual dalam jumlah di bawah 5 kg.

Saluran pemasaran yang berbeda-beda dan jumlah lembaga yang memasarkan akan memengaruhi biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran dan bagian (*share*) harga jual yang diterima oleh produsen sehingga perlu dilakukan analisis pemasaran jamur tiram untuk mengidentifikasi saluran pemasaran yang paling efisien dan keuntungan yang lebih adil bagi produsen jamur tiram di Kabupaten Sukoharjo. Tujuan penelitian adalah mengetahui biaya, penerimaan, keuntungan, dan efisiensi usaha tani, pola saluran pemasaran yang digunakan, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, margin pemasaran, dan *farmer's share* sehingga dapat diketahui efisiensi dari pemasaran jamur tiram di wilayah Kabupaten Sukoharjo.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian mencakup wilayah Kecamatan Polokarto, Kabupaten Sukoharjo. Pemilihan lokasi penelitian berdasarkan pertimbangan bahwa Kecamatan Polokarto merupakan sentra jamur tiram di Kabupaten Sukoharjo dan terdapat kampung jamur pada kecamatan tersebut. Metode *purposive sampling* digunakan sebagai metode penentuan lokasi pada penelitian ini. Waktu penelitian dilaksanakan bulan Februari-Maret 2022.

Penentuan responden petani menggunakan metode sensus atau *sampling* jenuh. Jumlah sampel yang digunakan adalah seluruh produsen yang membudidayakan jamur tiram di Kecamatan Polokarto. Penentuan responden lembaga pemasaran menggunakan metode *snowball sampling*. Pengambilan sampel dilakukan dengan menelusuri saluran pemasaran yang terlibat dari produsen hingga konsumen akhir. Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan menghasilkan sejumlah 14 responden petani dan 24 responden pedagang. Responden pedagang terdiri atas berbagai tingkatan meliputi pedagang pengumpul, pedagang kecil dan pedagang pengecer. Jumlah masing-masing pedagang yaitu sebanyak 10 responden pedagang pengumpul, 3 responden pedagang kecil dan 11 responden pedagang pengecer. Analisis data pada penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif.

Analisis efisiensi usaha tani

Menurut Adityas *et al.* (2018), analisis efisiensi usaha tani menggunakan perbandingan *revenue* dan *cost* (*R/C ratio*) dengan rumus seperti pada Persamaan 1.

$$R/C \text{ Ratio} = \frac{PT}{BT} \quad (1)$$

Keterangan: PT = penerimaan total usaha tani (Rp/MT), BT = biaya total usaha tani (Rp/MT). Dimana kriteria pengambilan keputusan dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu: $R/C > 1$, berarti usaha tani tersebut layak diusahakan, $R/C = 1$, berarti usaha tani berada pada *break even point* (belum layak diusahakan), $R/C < 1$, berarti usaha tani tersebut tidak layak diusahakan.

Analisis efisiensi pemasaran

Analisis pemasaran pada penelitian ini menggunakan analisis margin pemasaran dan analisis *farmer's share* (Dewi, 2015).

Analisis margin pemasaran

$$Mp = Pr - Pf \quad (2)$$

Keterangan: Mp = margin pemasaran jamur tiram (Rp/kg), Pr = harga jamur tiram ditingkat konsumen (Rp/kg), Pf = harga jamur tiram ditingkat produsen (Rp/kg). Margin pemasaran yang semakin rendah menandakan bahwa pemasaran semakin efisien.

Farmer's share

$$Fs = \frac{Pf}{Pr} \times 100\% \quad (3)$$

Keterangan: Fs = pangsa (*share*) harga produsen atau petani (*farmer's share*) (%), Pf = harga jual yang ditetapkan produsen atau petani (Rp/kg), Pr = harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir (Rp/kg). Dimana $Fs \geq 60\%$ = efisien, $Fs < 60\%$ = tidak efisien

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan umum responden

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh sejumlah responden petani dan pedagang pada berbagai tingkatan. Petani atau produsen yang dijadikan responden yaitu petani dengan kisaran umur 26-56 tahun berjumlah 14 orang dengan rata-rata umur 43 tahun. Pada usia produktif ini para petani masih sangat terbuka dalam menerima pengetahuan baru. Petani di Kabupaten Sukoharjo sudah memiliki pengalaman berusaha tani jamur yang sangat cukup yaitu 11 tahun. Rata-rata tingkat pendidikan petani adalah berpendidikan SMA yang berarti bahwa tingkat kesadaran petani untuk memperoleh pendidikan sudah cukup tinggi. Bag log dalam penelitian ini rata-rata sejumlah 16.107 bag log dengan rata-rata luas kumbung 330,21 m². Responden pedagang dalam penelitian ini pada kisaran umur 34-51 tahun berjumlah 24 orang dengan umur rata-rata 46 tahun. Usia tersebut tergolong produktif sehingga pedagang dimungkinkan untuk meningkatkan pengetahuan serta keterampilan dalam mengelola pemasaran jamur tiram. Pedagang di Kabupaten Sukoharjo sudah memiliki pengalaman berdagang yang

sangat cukup yaitu 4 tahun. Rata-rata tingkat pendidikan pedagang adalah berpendidikan SMA yang berarti bahwa tingkat kesadaran pedagang untuk memperoleh pendidikan sudah cukup tinggi.

Analisis usaha tani jamur tiram pada kluster jamur di Kabupaten Sukoharjo

Perhitungan usaha tani meliputi penerimaan, biaya produksi dan keuntungan. Perhitungan tersebut untuk mengetahui kelayakan dari kegiatan usaha tani yang dijalankan. Pelaksanaan penelitian dilakukan dengan menggunakan data usaha tani selama satu musim tanam atau empat bulan. Biaya usaha tani pada penelitian ini menggunakan konsep biaya eksplisit dan biaya implisit. Rata-rata penerimaan, biaya, keuntungan dan R/C *ratio* usaha tani jamur tiram di Kabupaten Sukoharjo dapat dilihat pada Tabel 1.

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat biaya yang dikeluarkan pada usaha tani jamur tiram adalah Rp11.972.629,46/100 m²/MT, dimana rata-rata biaya eksplisit sebesar Rp11.137.627,43/100 m²/MT dan rata-rata biaya implisit sebesar Rp835.002,03/100 m²/MT. Besar biaya sarana produksi akan memengaruhi besar biaya yang dikeluarkan. Biaya bag log sebagai pengeluaran terbesar pada usaha tani yaitu Rp9.777.327,85/100 m²/MT. Biaya listrik dan pajak tanah termasuk dalam biaya lain-lain yang dikeluarkan yaitu sebesar Rp26.534,34/100 m²/MT. Biaya non tunai yang dikeluarkan untuk tenaga kerja adalah Rp465.140,96/100 m²/MT. Biaya penyusutan sebesar Rp369.861,07/100 m²/MT. Petani jamur tiram di Kabupaten Sukoharjo lebih banyak memanfaatkan pekerja dari luar keluarga atau yang diupah secara tunai dikarenakan pada masing-masing keluarga petani jamur tiram yang aktif dalam usaha tani hanya 1 hingga 2 orang. Mayoritas tenaga kerja merupakan tenaga kerja wanita yang banyak diperlukan untuk proses pemeliharaan, perawatan, hingga pemanenan jamur tiram. Rata-rata biaya tenaga kerja yang dikeluarkan 1 hari kerja orang (HKO) yaitu berkisar antara Rp55.000,- hingga Rp65.000,- per hari dengan jam kerja dari 7-8 jam per harinya. Kondisi lahan pertanian akan memengaruhi besarnya pajak tanah yang dikeluarkan pada kegiatan usaha tani dimana apabila lahan mudah dijangkau dan semakin datar maka nilai pajak yang dikeluarkan menjadi lebih tinggi.

Jumlah hasil produksi dengan harga jual akan menghasilkan penerimaan yang menandakan bahwa keuntungan menjadi lebih tinggi untuk didistribusikan ke semua pihak yang terlibat dalam proses produksi (Saediman *et al.*, 2019). Hal yang terpenting dalam usaha tani adalah usaha tani dapat menghasilkan produk yang banyak dan berkualitas agar peningkatan produksi dapat terjadi. Oleh karenanya petani perlu mengetahui efisiensi dari metode yang digunakan. Berdasarkan Tabel 1, rata-rata produksi jamur tiram adalah Rp1.502,29/kg/100m²/MT dengan harga jamur tiram Rp10.285,71/kg. Penerimaan yang dihasilkan petani jamur tiram di Kabupaten Sukoharjo sebesar Rp15.452.133,43/100m²/MT.

Analisis keuntungan usaha tani digunakan untuk mengukur kinerja yang dilakukan dalam suatu usaha tani, apabila manajemen baik maka kinerja yang dilakukan juga akan baik dan keuntungan yang didapat akan tinggi (Mulyana *et al.*, 2018). Besarnya keuntungan merupakan selisih penerimaan, yaitu hasil produksi dikali dengan kuantitas produksi, dengan keseluruhan biaya yang digunakan. Tabel 1 menunjukkan bahwa keuntungan yang dihasilkan sebesar Rp3.479.503,97/100m²/MT.

Efisiensi atau kelayakan usaha dapat diketahui dengan membandingkan penerimaan yang dihasilkan dengan biaya yang dikeluarkan. Kemampuan produsen atau petani dalam menghasilkan produk dengan biaya yang seminimal mungkin dapat menggambarkan efisiensi usaha tani yang dilakukan. Perhitungan R/C *ratio* dapat menghasilkan tiga kemungkinan, apabila nilai yang dihasilkan lebih besar dari satu menandakan usaha tani efisien, apabila nilai yang dihasilkan sama dengan satu menandakan usaha tani dalam kondisi impas tetapi termasuk belum efisien, dan apabila nilai yang dihasilkan kurang dari satu menandakan usaha tani tidak efisien (Patang, 2015). Usaha tani jamur tiram di Kabupaten Sukoharjo berdasarkan Tabel 1 telah mencapai efisiensi, dilihat dari nilai R/C *ratio* yang dihasilkan yaitu > 1. Nilai efisiensi jamur tiram sebesar 1,29 berarti bahwa usaha tani jamur tiram memberikan keuntungan. Nilai efisiensi dari usaha tani jamur tiram dapat diartikan bahwa pengembalian yang akan diperoleh pada setiap Rp1.000,- yang dikeluarkan petani adalah Rp1,290,-. Hal ini berarti bahwa usaha tani yang telah dijalankan memberikan keuntungan bagi produsen, namun keuntungan tersebut belum cukup untuk membuat petani tetap bertahan dalam membudidayakan jamur tiram. Nilai 1,29 ini masih lebih rendah dibandingkan penelitian terhadap komoditas lain dan juga terhadap produksi bag log jamur tiram. Penelitian yang dilakukan oleh Qorina *et al.* (2021) menunjukkan bahwa nilai R/C *ratio* yang diperoleh petani dalam membudidayakan jamur merang adalah sebesar 2,90 yang berarti bahwa setiap pengeluaran Rp1.000,- akan diperoleh keuntungan sebesar Rp2.900,-. Penelitian yang dilakukan oleh Khusnul (2022) menunjukkan nilai R/C *ratio* sebesar 2,51 untuk produksi bag log jamur tiram. Angka-angka yang lebih tinggi tersebut menjadikan banyak petani pembudidaya jamur tiram yang beralih kepada budidaya komoditas lain dan bag log jamur tiram.

Tabel 1. Rata-rata penerimaan, biaya, keuntungan dan R/C *ratio*

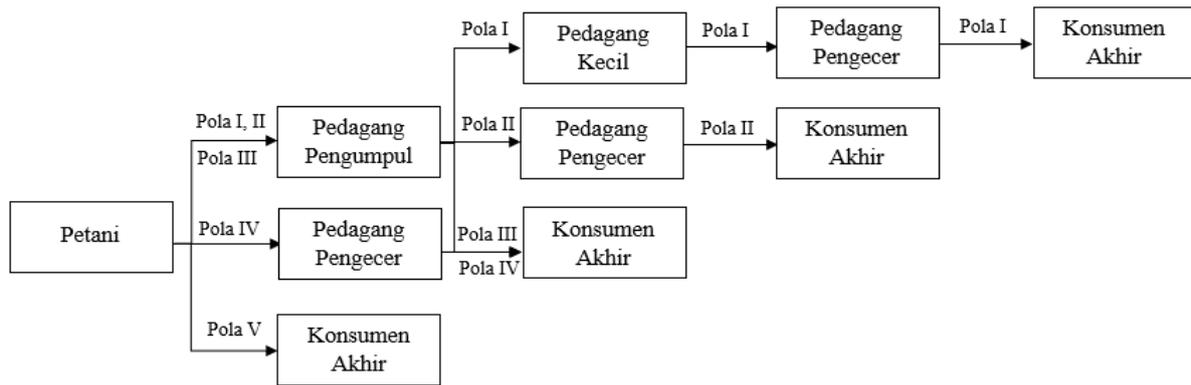
No.	Uraian	Satuan	Jumlah (100 m ² /MT)	Harga (Rp/kg)	Nilai (Rp/100 m ² /MT)
	Penerimaan produksi	kg	1.502,29	10.285,71	15.452.133,43
	Biaya produksi				
1.	Biaya eksplisit				11.137.627,43
	a. TK luar keluarga	HKO			1.237.361,94
	b. Biaya saprodi				9.873.731,15
	1) Bag log	buah	4.853,98	2.014,29	9.777.327,85
	2) Pestisida				
	a) Rotraz	ml	70,66		18.170,26
	b) Lannate	gram	51,70	410.000,00	21.198,63
	c) Dursban	ml	60,57		15.141,88
	d) Taft	gram	80,76	225.000,00	18.170,26
	e) Mipcinta	gram	30,28	150.000,00	4.542,56
	3) Pupuk gandasil B (nutrisi)	gram	121,14	100.000,00	12.113,50
	4) Vetsin	gram	157,03	45.000,00	7.066,21
	c. Biaya lain-lain				26.534,34
	1) Listrik				24.227,01
	2) Pajak tanah				2.307,33
2.	Biaya implisit				835.002,03
	a. TK dalam keluarga	HKO			465.140,96
	b. Biaya penyusutan				369.861,07
	1) Kumpang				186.293,19
	2) Pisau <i>cutter</i> /silet				951,78
	3) <i>Hygrometer</i>				605,68
	4) Pompa air				3.533,11
	5) Selang				1.817,03
	6) <i>Sprayer</i>				336,49
	7) Angkong				4.164,02
	8) Timbangan				1.813,67
	9) Motor				67.297,24
	10) Tossa				100.945,87
	11) Keranjang motor				2.103,04
	Jumlah				11.972.629,46
	Keuntungan				3.479.503,97
	R/C <i>ratio</i>				1,29

Keterangan: MT = musim tanam

Analisis pemasaran jamur tiram pada klaster jamur di Kabupaten Sukoharjo

Saluran pemasaran

Informasi pola pemasaran yang digunakan oleh petani pada wilayah penelitian diperlukan untuk pengumpulan data mengenai efisiensi pemasaran. Pola pemasaran ini diperoleh dengan cara menelusuri jalur pemasaran jamur tiram mulai dari petani hingga ke konsumen akhir. Gambar 1 menunjukkan pola pemasaran yang digunakan petani jamur tiram di Kabupaten Sukoharjo.



Gambar 1. pola saluran pemasaran jamur tiram

Banyak dari petani jamur tiram di Kabupaten Sukoharjo yang memilih menjual hasil produksinya melalui lembaga pemasaran pedagang pengumpul dikarenakan ingin hasil produksinya cepat terjual sehingga cepat memperoleh dana secara *cash*. Kegiatan memasarkan jamur tiram juga membutuhkan peran pedagang kecil dan pedagang pengecer untuk menyalurkan hasil produksi kepada konsumen akhir.

Efisiensi pemasaran

Efisiensi pemasaran dapat dianalisis menggunakan analisis margin pemasaran dan pangsa produsen (*farmer's share*). Margin pemasaran menurut Kesuma *et al.* (2016) dapat didefinisikan sebagai perbedaan harga produk yang ditetapkan petani atau produsen (Pf) dengan harga produk yang diterima oleh konsumen tingkat akhir (Pr). Hasil dari margin yang diperoleh pada tiap lembaga pemasaran yang terlibat dapat menunjukkan tingkat efisiensi dari suatu kegiatan pemasaran yang berlangsung secara efisien atau belum, dimana apabila hasil semakin rendah maka pemasaran relatif makin efisien dan berlaku, sebaliknya apabila hasil yang diperoleh semakin besar maka pemasaran makin tidak efisien karena perbedaan harga yang semakin jauh antara produsen dengan lembaga pemasar (Sutrisno *et al.*, 2015). Margin pemasaran diperoleh dari perhitungan selisih harga di tingkat konsumen dengan harga di tingkat petani. Biaya-biaya yang dikeluarkan ini meliputi biaya tenaga kerja, biaya transportasi, biaya kemasan dan biaya retribusi. Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, diperoleh data mengenai margin pada setiap pola pemasaran jamur tiram. Biaya, keuntungan dan margin pemasaran pada saluran-saluran pemasaran di Kabupaten Sukoharjo dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 menunjukkan data mengenai margin dari tiap pelaku pemasaran pada masing-masing pola saluran pemasaran jamur tiram. Pada pola I terdapat tiga lembaga pemasaran yang dilewati yaitu pedagang pengumpul, pedagang kecil dan pedagang pengecer. Biaya pemasaran pada pola saluran pemasaran I yang dikeluarkan oleh tiap lembaga pemasaran berbeda-beda yang dapat dilihat pada Tabel 2. Harga jual dari hasil produksi dari produsen ke pedagang pengumpul pada pola tersebut yaitu Rp10.000,-/kg. Harga jual yang ditetapkan oleh pedagang pengumpul yaitu Rp11.333,-/kg dengan menjual kembali jamur tiram kepada pedagang kecil. Pedagang kecil kemudian menjual jamur tiram dalam dengan harga Rp14.000,-/kg di pasar lokal untuk diambil oleh pedagang pengecer yang menjual jamur tiram secara keliling dalam bentuk kemasan lebih kecil dari 0,30-0,50 kg dengan harga Rp16.000,-/kg. Margin pemasaran pengepul sebesar Rp1.333,- lebih kecil dari margin produsen maupun pedagang kecil. Pedagang pengepul menggunakan strategi ini agar produk yang dijual dapat menarik lebih banyak konsumen sehingga produk juga dapat dengan cepat terjual sebelum jamur tiram mengalami penurunan kualitas dikarenakan sifat produk pertanian yang *perishable* sehingga cepat layu.

Pola II terdiri atas dua lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul serta pedagang pengecer. Produsen pertama-tama menjual jamur tiram dengan harga jual Rp10.000,-/kg kepada pedagang pengumpul yang kemudian menetapkan harga seharga Rp12.600,-/kg kepada pengecer. Pedagang pengecer menjual jamur tiram secara keliling dalam bentuk kemasan lebih kecil dari 0,30-0,50 kg dengan harga Rp16.000,-/kg. Margin pemasaran pedagang pengecer sebesar Rp3.400,- berarti lebih besar dari margin lembaga pemasaran lain dikarenakan pedagang pengecer harus melakukan pengemasan menjadi lebih kecil dan harus mengeluarkan biaya transportasi lebih besar karena dijual secara keliling menggunakan motor untuk mendistribusikan kepada konsumen akhir.

Tabel 2. Biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, dan margin pemasaran pada setiap saluran pemasaran

Pola saluran pemasaran	Harga, biaya, margin (Rp/kg)					
	Biaya produksi	Harga beli	Harga jual	Biaya pemasaran	Keuntungan pemasaran	Margin pemasaran
Pola I						
1. Produsen	7.435		10.000	352	2.213	2.565
2. Pedagang pengumpul		10.000	11.333	361	10.972	1.333
3. Pedagang kecil		11.333	14.000	586	13.414	2.667
4. Pedagang pengecer		14.000	16.000	1.838	14.162	2.000
5. Konsumen akhir		16.000				
Total				3.137		8.565
Pola II						
1. Produsen	6.762		10.000	259	2.980	3.238
2. Pedagang pengumpul		10.000	12.600	636	11.964	2.600
3. Pedagang pengecer		12.600	16.000	1.784	14.216	3.400
4. Konsumen akhir		16.000				
Total				2.679		9.238
Pola III						
1. Produsen	7.416		10.000	252	2.332	2.584
2. Pedagang pengumpul		10.000	15.000	419	14.581	5.000
3. Konsumen akhir		15.000				
Total				671		7.584
Pola IV						
1. Produsen	7.912		10.000	200	1.888	2.088
2. Pedagang pengecer		10.000	16.000	1.702	14.298	6.000
3. Konsumen akhir		16.000				
Total				1.902		8.088
Pola V						
1. Produsen	8.048		14.000	404	5.639	5.916
2. Konsumen akhir		14.000				
Total				404		5.916

Pola III terdiri atas satu lembaga pemasaran yaitu pedagang pengumpul. Produsen pertama-tama menjual jamur tiram dengan harga Rp10.000,-/kg kepada pengepul. Pada pola ini, jamur tiram kemudian akan langsung dijual oleh pedagang pengumpul kepada konsumen akhir dengan harga jual Rp15.000,-/kg.

Pola IV juga termasuk pemasaran satu tingkat karena hanya melibatkan satu lembaga pemasar. Pada pola ini lembaga pemasar yang terlibat adalah pedagang eceran. Pedagang pengecer menjual dengan harga Rp16.000,-/kg dengan mengikuti harga di pasaran. Pedagang pengecer juga mengemas dalam bentuk kemasan lebih kecil yaitu kemasan 5 ons atau 0,50 kg dengan harga Rp8.000,- dan kemasan 3 ons atau 0,30 kg dengan harga Rp4.000,-.

Pola V merupakan saluran pemasaran yang terpendek dikarenakan tidak melalui lembaga pemasar sehingga dari produsen jamur tiram langsung dijual ke konsumen tingkat akhir. *Share* harga yang diterima oleh produsen akan menjadi lebih kecil apabila melalui lembaga pemasar. Produsen menjual hasil produksi langsung kepada konsumen akhir seharga Rp14.000,-/kg. Kegiatan pemasaran yang dilakukan produsen akan mengeluarkan biaya pemasaran yaitu Rp404,-/kg dengan keuntungan pemasaran adalah Rp5.639,-/kg. Konsumen pada saluran V adalah pemilik warung makan atau restoran, pemilik UMKM, dan tak jarang konsumen akhirnya merupakan ibu rumah tangga atau tetangga produsen. Produsen tidak banyak menjual kepada konsumen rumah tangga sehingga produsen hanya menjual apabila konsumen tersebut membeli dalam jumlah kecil karena ditakutkan apabila membeli dalam jumlah banyak akan dijual kembali. Margin pemasaran yang diperoleh adalah Rp5.916,-/kg. Pola ini merupakan pola yang paling efisien dilihat dari nilai margin pemasaran yang dihasilkan paling kecil dibandingkan pola lain. Keuntungan yang diterima petani pada pola ini merupakan yang tertinggi dibandingkan empat pola lainnya. Hal ini sejalan dengan analisis margin pemasaran yang dilakukan Hasanah *et al.* (2017) dimana saluran distribusi berpengaruh terhadap hasil atau keuntungan pemasaran dimana saluran distribusi yang pendek akan lebih efisien dibandingkan dengan saluran distribusi panjang karena menghasilkan keuntungan yang lebih besar bagi petani.

Efisiensi pemasaran selain dilihat dari margin pemasaran, juga dapat dilihat melalui nilai *farmer's share* yang dihasilkan. Apabila bagian yang diterima petani makin tinggi, maka pemasaran semakin efisien. Hasil perhitungan *farmer's share* nantinya juga dapat menganalisis apakah pemasaran telah berlangsung secara efisien atau belum karena *farmer's share* akan menunjukkan seberapa besar bagian (*share*) harga jual pada tingkat produsen dari harga beli yang diterima konsumen (Widiastuti dan Harisudin, 2013). Hasil dari perhitungan *farmer's share* nantinya dapat dibagi menjadi dua kriteria yaitu apabila nilai yang dihasilkan $\geq 60\%$ berarti pemasaran telah berlangsung secara efisien dan apabila nilai yang dihasilkan $< 60\%$ berarti pemasaran tidak berlangsung secara efisien (Abhar *et al.*, 2018). Berdasarkan hasil penelitian, besar efisiensi pemasaran dilihat dari nilai pangsa produsen pada tiap pola pemasaran yang dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. *Farmer's share* pada pada setiap saluran pemasaran jamur tiram

No.	Pola saluran pemasaran	Harga di tingkat produsen (Rp/kg)	Harga di tingkat konsumen (Rp/kg)	<i>Farmer's share</i> (%)
1.	Pola I	10.000	16.000	62,50
2.	Pola II	10.000	16.000	62,50
3.	Pola III	10.000	15.000	66,67
4.	Pola IV	10.000	16.000	62,50
5.	Pola V	10.000	14.000	71,43

Tabel 3 menunjukkan nilai pangsa produsen yang dapat dijadikan indikator efisiensi kegiatan pemasaran yang dilakukan pada berbagai pola pemasaran jamur tiram di Kabupaten Sukoharjo. Nilai *farmer's share* (fs) yang dihasilkan pada kelima pola telah mencapai lebih dari 60%. Pola II sebagai pola yang paling banyak dipilih produsen dalam memasarkan jamur tiram menghasilkan nilai fs paling rendah yaitu 62,50% bersamaan dengan pola I dan IV. Nilai fs paling tinggi terdapat pada pola V yaitu 71,43%, hal ini dikarenakan produsen langsung menjual jamur tiram kepada konsumen akhir atau tidak melalui lembaga pemasaran. Nilai fs yang dihasilkan pada pola III yaitu sebesar 66,67%. Meskipun pola III dan IV keduanya hanya melalui satu lembaga pemasar, nilai fs yang dihasilkan tetap berbeda dikarenakan perbedaan lembaga pemasaran yang dipilih dimana pada saluran pemasaran III menggunakan pedagang pengumpul sementara pada saluran pemasaran IV menggunakan pedagang pengecer dimana pengecer harus melakukan pengemasan jamur tiram dalam kemasan yang lebih kecil menjadi lebih kecil yaitu antara 3-5 ons dan juga harus mengeluarkan biaya transportasi yang lebih besar karena jarak yang ditempuh cenderung lebih jauh, berbeda dengan pengepul yang seringkali tidak mengeluarkan biaya kemasan dan biaya transport yang dikeluarkan untuk mendistribusikan jamur tiram ke konsumen akhir pun lebih kecil. Hal ini berdampak pada harga jual yang ditetapkan dimana pengecer menetapkan harga jual Rp16.000,-/kg sementara pengepul menetapkan harga jual Rp15.000,-/kg.

Tabel 3 menunjukkan bahwa pola pemasaran paling efisien terjadi pada pola V dilihat nilai fs yang paling tinggi yaitu sebesar 71,43%. Hal ini dikarenakan pola V merupakan pola yang paling pendek dan tanpa melibatkan lembaga pemasaran atau langsung dijual kepada konsumen akhir sehingga margin pemasaran yang dihasilkan lebih kecil, harga yang diperoleh oleh petani tinggi, dan harga yang diterima konsumen menjadi lebih murah. Meskipun pola V merupakan pola paling efisien, namun pada kenyataan pola ini paling sedikit digunakan oleh petani dibandingkan pola I, II, III dan IV dikarenakan para petani sudah terikat dengan para pedagang jamur tiram sehingga para petani tidak bisa begitu saja memutus rantai pemasaran yang sudah terjadi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ardillah dan Hasan (2020) dimana saluran pemasaran yang semakin panjang akan memperlebar margin pemasaran dikarenakan perbedaan harga yang makin tinggi dari harga yang diterima petani dengan harga yang dibayarkan konsumen sehingga nilai pangsa produsen menjadi semakin kecil. Penelitian yang dilakukan oleh Saptarini *et al.* (2019) juga menyatakan bahwa semakin pendek saluran pemasaran yang terbentuk maka pangsa produsen akan semakin besar.

KESIMPULAN

Kegiatan usaha tani layak untuk diusahakan yang dibuktikan dengan nilai R/C *ratio* lebih dari satu. Terdapat lima saluran pemasaran di Kabupaten Sukoharjo dengan margin pemasaran paling rendah terdapat pada saluran V yaitu: petani → konsumen akhir, sementara margin paling tinggi terdapat pada saluran II yaitu: petani → pedagang pengumpul → pedagang pengecer → konsumen akhir. Nilai *farmer's share* yang dihasilkan menunjukkan bahwa pemasaran sudah berlangsung secara efisien yang ditandai dengan nilai *farmer's share* $\geq 60\%$. Saran yang dapat diberikan yaitu pihak pemerintah perlu memberikan penyuluhan mengenai bagaimana membentuk saluran pemasaran yang lebih efisien dimana bagi produsen yang sudah

memiliki pedagang tetap, peran pemerintah yaitu dapat menjembatani antara produsen dengan lembaga-lembaga pasar yang lebih luas sehingga diharapkan produsen dapat memilih pangsa pasar yang kiranya akan lebih menguntungkan. Sementara bagi produsen yang sudah memasarkan produknya pada saluran yang paling efisien yaitu memasarkan langsung kepada konsumen akhir bisa menerapkan aspek teknologi informasi dalam pemasarannya misalnya dengan memanfaatkan media sosial sehingga dapat mencapai konsumen yang lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Abhar, E., Isyaturriyadhah, & Fikrman. (2018). Analisis pemasaran kentang di Desa Pulau Tengah Kecamatan Jangkat Kabupaten Merangin. *Jurnal Agri Sains*, 2(1), 1–9. <http://ojs.universitasmuarabungo.ac.id/index.php/JAS/index>
- Adityas, M. R., Hasyim, A. I., & Affandi, M. I. (2018). Analisis pendapatan usaha tani dan pemasaran sayuran unggulan di kawasan agropolitan Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 6(1), 41–48.
- Ardillah, F., & Hasan, F. (2020). Saluran, margin, dan efisiensi pemasaran bebek pedaging di Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Agriscience*, 1(1), 12–25.
- Barokah, U., Rahayu, W., & Sundari, M. T. (2014). Analisis biaya dan pendapatan usaha tani padi di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal Agric*, 26(1), 12–19.
- BPS Indonesia. (2020). *Produksi tanaman sayuran*.
- BPS Indonesia. (2021). *Produk domestik bruto (PDB)*.
- Dewi, E. (2015). Analisis usaha tani dan efisiensi pemasaran bawang prei (*Allium porrum* Bl.) di Kecamatan Ngantru Kabupaten Tulungagung (Studi kasus di Desa Pinggirsari Kecamatan Ngantru Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Agribisnis Fakultas Pertanian Unita*, 11(13), 29–44.
- Haji, V. A. P., Soedwihajono, & Hardiana, A. (2017). Kesesuaian klaster industri anyaman bambu terhadap indikator keberlanjutan di Desa Walen Kecamatan Simo Kabupaten Boyolali. *Jurnal Arsitektura*, 15(1), 206–214.
- Hasanah, L., Suryadi, U., & Widhijanto, W. (2017). Analisis saluran distribusi dan margin pemasaran telur itik di Kabupaten Situbondo. *Jurnal Ilmu Peternakan Terapan*, 1(1), 25–30.
- Irawan, B. (2012). Agribisnis hortikultura: Peluang dan tantangan dalam era perdagangan bebas. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 3(2), 1–22.
- Kesuma, R., Zakaria, A. W., & Situmorang, S. (2016). Analisis usaha tani dan pemasaran bawang merah di Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 4(1), 1–7.
- Khusnul. (2022). Training and feasibility study of oyster mushroom cultivation at Ganda Mandiri Farmer Group in Sukamanah Village, Ciamis Regency. *Indonesian Journal of Community Engagement*, 8(2), 102–106. <https://doi.org/10.22146/jpkm.50748>
- Lisa, M., Lutfi, M., & Susilo, B. (2015). Pengaruh suhu dan lama pengeringan terhadap mutu tepung jamur tiram putih (*Plaeotus ostreatus*). *Jurnal Keteknikan Pertanian Tropis dan Biosistem*, 3(3), 270–279.
- Mahananto, & Prasetyowati, K. (2019). Analisis efisiensi pemasaran jamur tiram segar (Studi kasus di Kecamatan Ngargoyoso). *Jurnal Ilmiah Agrineca*, 21(2), 42–53.
- Maihendry, P., Irnad, & Sumantri, B. (2020). Analysis of farm performaed of aromatic rice in Rimbo Jaya Gapoktan (asociation of farmer institution) in South Seluma sub District, Bengkulu. *Journal of Agri Socio-Economics and Business*, 1(1), 29–44. <https://doi.org/10.31186/jaseb.0x.c.yy-xx>
- Mulyana, A., Zuraida, & Saputra, M. (2018). The influence of liquidity, profitability and leverage on profit management and its impact on company value in manufacturing company listed on Indonesia stock exchange year 2011-2015. *International Journal of Managerial Studies and Research*, 6(1), 8–14. <https://doi.org/10.20431/2349-0349.0601002>
- Patang. (2015). Revenues analysis catching cuttlefish in the Pala Island of Pangkep District. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 5(11), 333–334.

- Qorina, A. I., Prayuginingsih, H., & Hadi, S. (2021). Analisis pendapatan usaha tani dan efisiensi pemasaran jamur merang (*Volvariella volvaceae*) di Kecamatan Ajung Kabupaten Jember. *Jurnal Penelitian Ipteks*, 6(1), 22–32.
- Saediman, H., Nalefo, L., Tufaila, M., & Zani, M. (2019). Cost and return analysis of rice farming and brick making in South Konawe District of Southeast Sulawesi. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 8(10), 835–838. www.ijstr.org
- Saptarini, E. M., Badriah, L. S., & Istiqomah. (2019). Analisis efisiensi saluran pemasaran jamur tiram di Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 11(1), 95–108. <https://doi.org/10.24235/amwal.v11i1.4178>
- Styawan, A. A., Marwanti, S., & Ani, S. W. (2018). Analisis usaha tani kedelai di Kecamatan Sambirejo Kabupaten Sragen. *Jurnal AGRISTA*, 6(4), 1–10.
- Sutrisno, A., Efendy, & Husni, S. (2015). Analisis ekonomi dan pemasaran agroindustri telur asin di Kota Mataram. *Jurnal Agrimansion*, 16(1), 16–31.
- Widiastuti, N., & Harisudin, M. (2013). Saluran dan margin pemasaran jagung di Kabupaten Grobogan. *Jurnal SEPA*, 9(2), 231–240.