

**EFISIENSI PEMASARAN JAMUR TIRAM PUTIH DI DESA PETIRHILIR  
KECAMATAN BAREGBEG KABUPATEN CIAMIS**

**MARKETING EFFICIENCY OF WHITE OYSTER MUSHROOMS IN PETIRHILIR  
VILLAGE BAREGBEG DISTRICT CIAMIS REGENCY**

**AYU AULIA\*, BUDI SETIA, RIAN KURNIA**

Fakultas Pertanian, Universitas Galuh

\*Email: ayua8542@gmail.com

**ABSTRAK**

Jamur tiram putih merupakan jamur yang banyak dibudidayakan di Desa Petirhilir produksi per harinya dapat mencapai 15 kilogram. Tetapi, masih terdapat permasalahan dalam proses pemasarannya seperti belum jelasnya saluran pemasaran yang paling efisien. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis saluran pemasaran, margin pemasaran, biaya pemasaran, keuntungan, *farmer's share* dan efisiensi pemasaran jamur tiram putih. Pengambilan sampel petani dilakukan dengan cara *purposive sampling* yaitu bapak Dani Ramdani yang menjadi satu- satunya petani jamur tiram putih, sedangkan sampel pedagang dilakukan dengan cara *snowball sampling* terdiri dari pedagang besar 1 orang dan pengecer 5 orang. Lokasi penelitian di Desa Petirhilir Kecamatan Baregbeg, Kabupaten Ciamis. Berdasarkan penelitian yang dilakukan diperoleh kesimpulan: (1) Pemasaran jamur tiram putih organik di Desa Petirhilir terdiri dari 2 saluran pemasaran; (2) Saluran I memiliki total biaya pemasaran Rp 500/kg, margin pemasaran Rp 4.000/kg, dan keuntungan pemasaran Rp 3.500/kg. Sedangkan, Saluran II total biaya pemasaran Rp 1.700/kg, margin pemasaran Rp 7.000/kg, dan keuntungan pemasaran Rp 5.300/kg. (3) Saluran I memiliki nilai *Farmer's share* .78,9% lebih tinggi dari saluran II yakni 68,18% (4) Efisiensi pemasaran jamur tiram putih pada setiap saluran pemasaran di Desa Petirhilir sudah efisien (EP 3% - 33% = Efisien), dimana saluran I merupakan yang paling efisien dengan nilai 2,27% lebih rendah dibandingkan saluran II dengan nilai 7,73%.

**Kata Kunci:** saluran pemasaran, efisiensi pemasaran dan jamur tiram putih.

**ABSTRACT**

*White oyster mushroom is a mushroom that is widely cultivated in Petirhilir Village, production per day can reach 15 kilograms. However, there are still problems in the marketing process such as the unclear marketing channels that are the most efficient. This study aims to analyze marketing channels, marketing margins, marketing costs, profits, farmer's share and marketing efficiency of white oyster mushrooms. Farmer sampling was carried out by purposive sampling, namely Mr. Dani Ramdani who was the only white oyster mushroom farmer, while the trader sample was carried out by snowball sampling consisting of 1 wholesaler and 5 retailers. The research location is in Petirhilir Village, Baregbeg District, Ciamis Regency. Based on the research conducted, it can be concluded: (1) Marketing of organic white oyster mushrooms in Petirhilir Village consists of 2 marketing channels; (2) Channel I has a total marketing cost of IDR 500/kg, marketing margin of IDR 4,000/kg, and marketing profit of IDR 3,500/kg. Meanwhile, Channel II has a total marketing cost of IDR 1,700/kg, marketing margin of IDR 7,000/kg, and marketing profit of IDR 5,300/kg. (3) Channel I has a Farmer's share value of .78.9% higher than channel II which is 68.18% (4) Marketing efficiency of white oyster mushrooms in each marketing channel in Petirhilir Village is efficient (EP 3% - 33% = Efficient), where channel I is the most efficient trough with a value of 2.27% lower than channel II with a value of 7.73%..*

**Keywords:** marketing channel, marketing efficiency and White Oyster Mushrooms

**PENDAHULUAN**

Hortikultura merupakan bagian integral dari

sektor pertanian yang memiliki potensi luar

biasa untuk diperluas karena memiliki nilai

ekonomi yang tinggi. Keberadaannya yang signifikan memiliki potensi besar untuk memberikan sumbangan yang substansial pada perkembangan ekonomi dan memegang peran krusial sebagai penyedia pendapatan bagi para petani, mendukung kegiatan perdagangan, serta menciptakan peluang kerja salah satunya adalah budidaya jamur tiram putih (Wahyudie, 2020).

Peluang ekonomi dalam budidaya jamur tiram sangat menjanjikan, hal ini dikaitkan dengan permintaan yang tinggi baik di pasar domestik maupun internasional. Jamur tiram memiliki peran sebagai produk komersial yang bisa dikembangkan melalui metode yang simpel dan mudah dipahami. (Rosmiah, 2020).

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Barat, produksi jamur di Indonesia mencapai 90.421,6 ton pada tahun 2021. Dilihat dari segi regional, Jawa Timur memimpin dalam produksi jamur pada tahun 2021 dengan jumlah mencapai 41.582,31 ton. Wilayah Jawa Barat berada pada posisi berikutnya dengan produksi jamur sekitar 23.417,60 ton. Meskipun Kabupaten Ciamis hanya berkontribusi sebesar 632,4 ton jamur dan menempati peringkat kedelapan di antara semua kabupaten dan kota di Jawa Barat, Kabupaten Ciamis tetap menjadi salah satu

daerah di Provinsi Jawa Barat yang memiliki potensi yang menjanjikan dalam pengembangan usaha pertanian jamur.

Potensi pengembangan pemasaran jamur tiram putih di Desa Petirhilir memiliki tingkat prospek yang tinggi, namun realitasnya menghadapi berbagai kendala dalam proses pemasarannya. Beberapa masalah yang dihadapi dalam memasarkan komoditas jamur tiram putih meliputi kurangnya koordinasi yang baik di antara berbagai lembaga pemasaran yang terlibat. Situasi ini menimbulkan fluktuasi harga akibat permasalahan dalam rangkaian distribusi, yang pada akhirnya membuat pendapatan yang diperoleh oleh para petani menjadi rendah. Disamping itu, efisiensi saluran pemasaran jamur tiram putih masih belum diketahui dengan jelas mana yang dapat memberikan pembagian hasil yang adil bagi pelaku yang terlibat. Hal ini menjadi perhatian penting karena efisiensi dalam proses pemasaran merupakan faktor yang perlu ditingkatkan dalam upaya untuk meningkatkan pendapatan petani jamur tiram putih.

Sistem pemasaran akan dianggap efisien apabila mampu menyampaikan hasil produksi dari petani atau produsen kepada konsumen akhir dengan biaya yang serendah mungkin dan dapat memastikan pembagian harga yang adil. Evaluasi atas

efisiensi pemasaran dilakukan melalui analisis kinerja sistem pemasaran.(Iqbal dkk, 2020).

Proses pemasaran jamur tiram melibatkan serangkaian tahap yang melibatkan banyak pihak, dimulai dari petani dan berakhir pada konsumen. Harga jamur tiram mengalami perubahan sepanjang perjalanan ini karena adanya berbagai lembaga pemasaran yang terlibat dalam setiap tahapan. Permasalahan yang terdapat pada sistem pemasaran jamur tiram putih tersebut penting dan diperlukan penelitian yang berfokus pada saluran pemasaran jamur tiram putih yang telah ada. Penelitian tersebut diharapkan akan memberikan wawasan mengenai seberapa efisien jalur pemasaran tersebut, dan dengan harapan hasil penelitian ini dapat memberi kontribusi bagi upaya petani untuk meningkatkan pendapatan mereka.

Berdasarkan uraian di atas, permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran pemasaran jamur tiram putih di Desa Petirhilir Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis?
2. Berapa besar biaya pemasaran, margin pemasaran dan keuntungan jamur tiram putih pada masing-masing saluran pemasaran di Desa Petirhilir

Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis?

3. Berapa besar *farmer's share* jamur tiram putih pada masing-masing saluran pemasaran di Desa Petirhilir Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis?
4. Bagaimana efisiensi pemasaran jamur tiram putih pada masing-masing saluran pemasaran di Desa Petirhilir Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis?

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan penelitian deskriptif. Sesuai dengan pandangan Arikunto (2006), jenis penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk mengilustrasikan fenomena yang ada, baik yang berhubungan dengan alam maupun ciptaan manusia. Pendekatan ini lebih menitik beratkan pada penggambaran karakteristik, kualitas, serta interaksi di antara berbagai kegiatan yang terlibat.

### **Teknik Penarikan Sampel**

Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis ditentukan sebagai lokasi penelitian secara *Purposive sampling*, dengan pertimbangan bahwa

Kecamatan memiliki potensi produksi jamur tiram putih yang tinggi dan terus mengalami peningkatan dalam setiap tahunnya. Sedangkan Teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk petani jamur tiram putih menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu bapak Dani Ramdani yang menjadi satu-satunya petani jamur tiram putih di Desa Petir Hilir. Untuk penentuan sampel dari lembaga pemasaran dilakukan dengan cara *snowballs sampling*.

### Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi :

1. Data primer diperoleh melalui proses wawancara dengan berbagai pihak yang terlibat, termasuk petani, pengumpul barang, pedagang besar, pengecer, serta konsumen. Pengumpulan data ini dilakukan melalui kuesioner yang telah disiapkan sebelumnya. Selain itu, juga diadakan sesi *Focus Group Discussion* yang melibatkan para pemangku kepentingan. Hal ini memungkinkan data yang terkumpul dapat dibandingkan dari berbagai sudut pandang, pendapat, dan perspektif yang berbeda.
2. Data sekunder diperoleh dari sumber-sumber seperti literatur ilmiah yang tercatat, serta berbagai dokumen dari

lembaga-lembaga seperti Badan Pusat Statistik dan Dinas Ketahanan Pangan Pertanian Kabupaten Ciamis.

### Rancangan Analisis Data

#### 1. Analisis Saluran Pemasaran

Untuk menganalisis saluran pemasaran jamur tiram putih di Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis dilakukan dengan analisis Deskriptif Kualitatif. Pendekatan ini digunakan untuk penelusuran proses penjualan melalui berbagai saluran pemasaran yang ada, sehingga memungkinkan untuk mendapatkan pemahaman komprehensif mengenai pola saluran pemasaran secara menyeluruh.

#### 2. Analisis Biaya Pemasaran

Untuk mengetahui biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pelaku yang terlibat dalam saluran pemasaran jamur tiram putih dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Angipora, 2002) :

$$B_p = B_{p_1} + B_{p_2} + \dots + B_{p_n}$$

Keterangan :

$B_p$  = Biaya Pemasaran

$B_{p_1}$  = Biaya Lembaga Pemasaran Ke-1

$B_{p_2}$  = Biaya Lembaga Pemasaran Ke-2

$B_{p_n}$  = Biaya Lembaga Pemasaran Ke-n

#### 3. Analisis Keuntungan

Analisis keuntungan dihitung dengan rumus (Angipora, 2002):

$$\pi = M_p - TC$$

Keterangan :

$\pi$  = Keuntungan lembaga pemasaran  
TC = Total pemasaran lembaga pemasaran  
Mp = Marjin pemasaran

#### 4. Analisis Marjin Pemasaran

Secara matematis marjin dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Angipora, 2002):

$$MP = Pe - Pf$$

Keterangan :

MP = Marjin pemasaran  
Pe = Harga di tingkat konsumen akhir (Rp/Kg)  
Pf = Harga di tingkat produsen (Rp/Kg)

#### 5. Farmer's Share

*Farmer's Share* adalah perbandingan harga yang diperoleh petani dengan harga diterima pada tingkat konsumen akhir. *Farmer's Share* dapat dihitung dengan rumus (Angipora, 2002):

$$FS = \frac{Pf}{Pe} \times 100\%$$

Keterangan :

FS = *Share* harga di tingkat petani  
Pe = Harga di tingkat konsumen akhir (Rp/Kg)  
Pf = Harga di tingkat produsen (Rp/Kg)

#### 6. Efisiensi Pemasaran

Analisis efisiensi pemasaran dapat dihitung menggunakan rumus sebagai

berikut (Soekartawi, 2002) :

Keterangan :

$$EPS = \frac{TBP}{TNP} \times 100\%$$

EPS = Efisiensi pemasaran  
TBP = Total Biaya Pemasaran (Rp/Kg)  
TNP = Total Nilai Produk (Rp/Kg)

Semakin kecil persentase efisiensi pemasaran, semakin efisien proses pemasarannya. Sebaliknya, semakin tinggi persentase nilai efisiensi pemasaran, semakin rendah efisiensinya (Soekartawi, 2002). Dengan kriteria nilai sebagai berikut :

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

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Desa Baregbeg Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis.. Penelitian ini dilaksanakan mulai dari Maret 2023 dengan pembagian waktu yang sudah dijadwalkan sampai dengan selesai.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Saluran Pemasaran

Proses pemasaran jamur tiram putih dimulai dari langkah petani menjual hasil panen kepada pedagang. Sebagian besar,

jamur tiram putih dijual kepada pedagang besar yang telah menjadi pelanggan tetap. Tiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran ini memiliki peran yang berbeda dalam menggerakkan proses pemasaran. Hasil dari penelitian ini

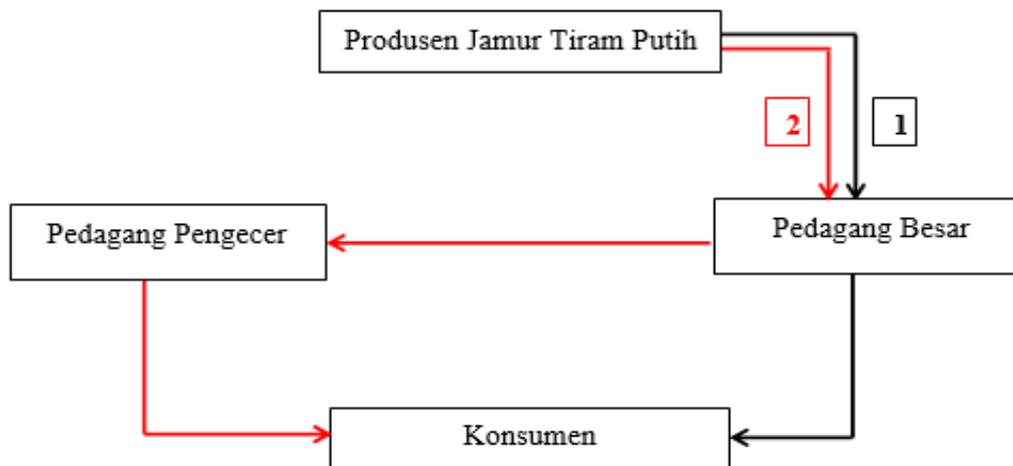
mengidentifikasi adanya dua saluran pemasaran yang digunakan untuk jamur tiram putih di Desa Petirhilir, Kecamatan Baregbeg, Kabupaten Ciamis.. Adapun besarnya penyaluran jamur tiram putih dapat dilihat pada tabel 1.

**Tabel 1. Penyebaran Jamur Tiram Putih Pada Setiap Saluran Pemasaran jamur tiram putih di Desa Petirhilir Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis (Kg)**

No	Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran			
		1	%	2	%
<b>1. Petani</b>					
	Volume Jual	5	33,33	10	66,67
<b>2. Pedagang Besar</b>					
	Volume Beli	5		10	
	Volume Jual	5	100	10	100
<b>3. Pedagang Pengecer</b>					
	Volume Beli				
	Pengecer 1			2	20%
	Pengecer 2			2	20%
	Pengecer 3			2	20%
	Pengecer 4			2	20%
	Pengecer 5			2	20%

Tabel 1. Menunjukkan petani jamur tiram mampu memproduksi sebanyak 15 Kg jamur tiram putih, penjualan terbanyak yakni ke saluran II sebesar 10 Kg atau 66,67% dari total keseluruhan sementara petani menjual 5 Kg atau 33,33% pada saluran I. Saluran I hanya terdapat 1 lembaga pemasaran yakni pedagang besar sehingga pedagang besar menjual seluruh jamur tiram langsung ke konsumen.

Sedangkan pada saluran II pedagang besar menjual kembali ke pedagang pengecer dengan masing-masing daya tampung pedagang pengecer hanya 2 Kg atau 20%. Adapun pola saluran pemasaran yang dilalui dari tingkat petani hingga sampai ke konsumen pada saluran pemasaran jamur tiram putih di Desa Petirhilir Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Saluran pemasaran jamur tiram putih

Berdasarkan Gambar 1 dapat diketahui bahwa terdapat 2 saluran pemasaran jamur tiram putih di Desa Petirhilir Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis. Saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran satu tingkat, dikarenakan dalam proses distribusi jamur tiram putih, dari produsen hingga konsumen akhir, melibatkan satu lembaga pemasaran, yaitu pedagang besar. Dalam Saluran I, petani jamur tiram putih mampu memproduksi hingga 5 Kg jamur tiram yang kemudian dijual kepada pedagang besar yang sanggup menampung sebanyak 5 Kg jamur tiram putih. Pedagang besar lalu memasarkan kembali jamur tiram putih ini baik secara langsung kepada pedagang pengecer. Pertimbangan utama bagi petani untuk menjual hasil produksinya kepada pedagang besar adalah kontinuitas pesanan yang selalu diterima oleh pedagang besar, mengingat mereka

merupakan pelanggan yang konsisten dalam menampung hasil panen.

Saluran pemasaran II merupakan saluran pemasaran dua tingkat, dimana dalam saluran pemasaran ini terdapat dua lembaga pemasaran yang terlibat yaitu pedagang besar dan pedagang pengecer. Pada Saluran II, petani jamur tiram putih mampu menghasilkan hingga 10 Kg jamur tiram yang kemudian dijual kepada pedagang besar. Dalam Saluran II, pedagang besar akan mendistribusikan kembali jamur tiram putih langsung kepada pedagang pengecer. Pengecer dalam Saluran II berjumlah 5 orang, masing-masing sanggup menampung hingga 2 Kg jamur tiram putih. Keputusan petani untuk menjual hasil panen mereka kepada pedagang besar didasarkan pada faktor kontinuitas pesanan yang selalu diterima dari pihak pedagang besar, yang telah

menjadi mitra yang setia.

## 2. **Marjin Pemasaran**

Marjin pemasaran adalah selisih antara harga yang dibayar oleh konsumen untuk jamur tiram putih dengan harga yang diterima oleh petani. Perbedaan marjin pemasaran pada tiap saluran disebabkan oleh adanya biaya pemasaran dan laba yang diambil oleh setiap lembaga yang terlibat dalam saluran tersebut. Karena setiap lembaga pemasaran dalam saluran memiliki

biaya pemasaran yang beragam, serta tujuan mendapatkan keuntungan yang berbeda dari aktivitas pemasaran masing-masing, maka terciptalah perbedaan dalam marjin pemasaran di setiap saluran pemasaran Margin pemasaran jamur tiram putih pada setiap saluran pemasaran jamur tiram putih di Desa Petirhilir Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2. Marjin Pemasaran Pada Setiap Lembaga Dan Saluran Pemasaran jamur tiram putih di Desa Petirhilir Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis (Rp/Kg)**

No	Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran Jamur Tiram Putih	
		1	2
<b>1.</b>	<b>Petani</b>		
	Harga Jual	15.000,00	15.000,00
<b>2.</b>	<b>Pedagang Besar</b>		
	Harga Beli	15.000,00	15.000,00
	Harga Jual	19.000,00	18.000,00
	Marjin Pemasaran	4.000,00	3.000,00
<b>3.</b>	<b>Pedagang Pengcer</b>		
	Harga Beli	-	18.000,00
	Harga Jual	-	22.000,00
	Marjin Pemasaran	-	4.000,00
	<b>Total Marjin Pemasaran</b>	4.000,00	7.000,00

Tabel 2. diketahui bahwa marjin pemasaran saluran I merupakan yang terbaik bagi petani karena memiliki margin pemasaran paling rendah yaitu sebesar Rp 4.000,00. Hal ini dikarenakan saluran satu lebih pendek dibanding saluran lainnya dengan hanya terdapat satu lembaga pemasaran yang terlibat yaitu pedagang besar. Sedangkan saluran II memiliki marjin pemasaran yang lebih tinggi yaitu Rp 7.000,00. Hal ini dikarenakan Pada

saluran pemasaran II hanya terdapat dua lembaga pemasaran yang terlibat yaitu pedagang besar dan pedagang pengecer. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa saluran pemasaran I merupakan yang terbaik bagi petani karena memiliki margin pemasaran paling rendah.

## 3. **Biaya Pemasaran**

Biaya Pemasaran merujuk pada pengeluaran yang harus ditanggung oleh setiap entitas pemasaran guna mengedarkan

jamur tiram putih dari produsen hingga sampai ke konsumen akhir. Setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam rangkaian pemasaran perlu berinvestasi dalam bentuk biaya untuk menjalankan fungsi pemasaran. Setiap lembaga ini memiliki peran yang unik, menyebabkan variasi dalam biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh masing-masing lembaga tersebut. Pada gilirannya,

biaya pemasaran juga dipengaruhi oleh kompleksitas saluran pemasaran yang dilalui, baik dalam hal panjang maupun pendeknya saluran pemasaran tersebut.. Adapun biaya pemasaran jamur tiram putih di Desa Petirhilir Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3. Persentase Biaya Pemasaran Terhadap Marjin Pemasaran Pada Setiap Lembaga Dan Saluran Pemasaran jamur tiram putih di Desa Petirhilir Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis (Rp/Kg)**

No	Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran Jamur Tiram Putih			
		1	%	2	%
<b>1.</b>	<b>Pedagang Besar</b>				
	a. Pengemasan	500	12,5	500	8,33
	Jumlah			<b>500</b>	<b>8,33</b>
<b>2.</b>	<b>Pedagang Pengcer</b>				
	a. Tranportasi			500	8,33
	b. Retribusi			200	3,34
	c. Pengemasan			500	8,33
	Jumlah			<b>1.200</b>	<b>20,00</b>
	<b>Total Biaya</b>	<b>500</b>	<b>12,5</b>	<b>1.700</b>	<b>28,33</b>

Tabel 3. Menunjukkan bahwa Saluran pemasaran II memiliki proporsi biaya pemasaran terhadap marjin pemasaran lebih tinggi dibandingkan dengan Saluran pemasaran I, yaitu mencapai 28,33%. Hal ini, dipicu oleh keterlibatan sejumlah lembaga pemasaran yang lebih banyak, mengakibatkan tingginya tingkat biaya yang diperlukan sesuai dengan kebutuhan masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat. Di sisi lain, Saluran I menampilkan proporsi biaya

pemasaran terhadap marjin pemasaran sebesar 12,5%. Hal ini berasal dari fakta bahwa dalam Saluran I, pengeluaran biaya relatif minim dan hanya melibatkan satu lembaga pemasaran.

#### 4. Keuntungan Pemasaran

Keuntungan pemasaran adalah perbedaan antara marjin pemasaran dan biaya pemasaran jamur tiram putih. Setiap lembaga pemasaran pemasaran yang terlibat dalam proses distribusi pasti memiliki tujuan untuk memperoleh

keuntungan sebagai hasil dari upaya mereka dalam mengedarkan jamur tiram putih. Keuntungan pemasaran yang diambil oleh setiap lembaga pemasaran bervariasi tergantung pada besarnya keuntungan yang diinginkan oleh masing-masing lembaga

tersebut. Keuntungan pemasaran jamur tiram putih pada setiap saluran pemasaran jamur tiram putih di Desa Petir Hilir Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4. Persentase Keuntungan Pemasaran Terhadap Marjin Pemasaran Pada Setiap Lembaga Dan Saluran Pemasaran jamur tiram putih di Desa Petirhilir Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis (Rp/Kg)**

No	Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran Jamur Tiram Putih			
		1	%	2	%
1.	Pedagang Besar	3.500	87,50	2.500	83,33
2.	Pedagang Pengcer			2.800	70,00
<b>Total Keuntungan</b>		<b>3.500</b>	<b>87,50</b>	<b>5.300</b>	<b>74,71</b>

Tabel 4. Menunjukkan bahwa dalam Saluran pemasaran I, terdapat proporsi keuntungan terhadap marjin pemasaran yang paling tinggi, mencapai 87,50%, lebih besar dibandingkan dengan Saluran pemasaran II. Ini disebabkan oleh kenyataan bahwa hanya satu lembaga pemasaran yang terlibat di dalamnya. Sementara itu, persentase keuntungan terhadap marjin pemasaran yang terendah terdapat dalam Saluran II, sebesar 74,71%. Faktor ini disebabkan oleh banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat dalam Saluran II, yang berdampak pada tingginya pengeluaran biaya pemasaran di dalamnya.

#### 5. *Farmer's Share*

Farmer's Share adalah perbandingan antara bagian dari harga yang diperoleh oleh petani jamur tiram putih dengan harga yang dibayar oleh konsumen. Semakin besar porsi harga yang diterima oleh petani, maka dapat dianggap bahwa sistem pemasaran berjalan dengan lebih efisien. Adapun ilai *Farmer's Share* saluran pemasaran jamur tiram putih pada setiap saluran pemasaran jamur tiram putih di Desa Petir Hilir Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis dapat dilihat pada Tabel 5.

**Tabel 5. *Farmer's Share* Pada Saluran Pemasaran jamur tiram putih di Desa Petirhilir Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis**

No	Saluran	Harga Jual Petani Jamur Tiram Putih (Rp/Kg)	Harga Beli Konsumen Jamur Tiram Putih (Rp/Kg)	<i>Farmer's Share</i> (%)
1.	Saluran I	15.000	19.000	78,95
2.	Saluran II	15.500	22.000	68,18

Tabel 5. Menunjukkan bahwa saluran pemasaran I memiliki nilai *Farmer's Share* sebesar 78,95%, yang merupakan persentase *farmer's Share* paling tinggi. Hal ini dikarenakan pada saluran I komoditas jamur tiram putih hanya melewati satu lembaga pemasaran, artinya petani jamur tiram putih menerima Sedangkan saluran pemasaran II memiliki nilai *Farmer's Share* sebesar 68,18%. Hal ini dikarenakan pada saluran pemasaran II harga jual ditingkat konsumen lebih tinggi dibandingkan dari saluran I. Berdasarkan nilai-nilai *Farmer's Share* di kedua saluran pemasaran tersebut, dapat disarikan bahwa petani jamur tiram putih secara keseluruhan menerima bagian yang signifikan dari pendapatan. Oleh karena itu, disarankan

kepada petani jamur tiram putih untuk menggunakan Saluran pemasaran I, karena bagian dari harga yang diperoleh oleh petani paling besar dalam saluran ini.

#### 6. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran merupakan suatu analisis untuk mengukur tingkat efisiensi dalam suatu saluran pemasaran, dengan membandingkan efisiensi di antara berbagai jalur yang tersedia. Dalam konteks analisis efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran jamur tiram putih di Desa Petirhilir, Kecamatan Baregbeg, Kabupaten Ciamis, digunakan pendekatan analisis efisiensi pemasaran.. Adapun nilai efisiensi pemasaran jamur tiram putih dapat dilihat pada tabel Tabel 6.

**Tabel 6. Nilai Efisiensi Pemasaran Pada Lembaga Pemasaran dan Saluran Pemasaran jamur tiram putih di Desa Petirhilir Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis**

No	Saluran	Total Biaya Pemasaran (Rp)	Total Nilai Penjualan (Rp)	Efisiensi Pemasaran (%)
1.	<b>Saluran I</b>	<b>500</b>	<b>19.000</b>	<b>2,63</b>
	Pedagang Besar	500	19.000	2,63
2.	<b>Saluran II</b>	<b>1.700</b>	<b>22.000</b>	<b>7,73</b>
	Pedagang Besar	500	18.000	2,78
	Pedagang Pengecer	1.200	22.000	5,45

Tabel 6. Menunjukkan bahwa

tingkat efisiensi dalam pemasaran jamur

tiram putih di Desa Petirhilir, Kecamatan Baregbeg, Kabupaten Ciamis tergolong efisien. Saluran pemasaran yang paling efisien adalah Saluran pemasaran I, yang terlihat dari hasil perhitungan efisiensi pemasaran. Pada Saluran I, nilai efisiensi yang diperoleh mencapai 2,63%, lebih kecil dibandingkan dengan Saluran II, dengan nilai efisiensi pemasaran mencapai 7,73%.

Menurut pandangan fahrozi dkk. (2017), efisiensi pemasaran dianggap efisien jika nilai yang diperoleh berkisar antara 0 hingga 33%, kurang efisien dalam rentang 34 hingga 67%, dan tidak efisien dalam rentang 68 hingga 100%. Dengan menggunakan pedoman ini, Saluran I masuk dalam kategori efisien karena memiliki nilai efisiensi pemasaran yang lebih rendah, sesuai dengan prinsip bahwa efisiensi diukur dari persentase terkecil.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan mengenai Analisis Efisiensi Pemasaran Jamur Tiram putih di Desa Petirhilir Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Saluran pemasaran Jamur Tiram putih di Desa Petirhilir Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis terdapat

- 2 saluran pemasaran, yaitu: Saluran Pemasaran I (Petani – Pedagang Besar – Konsumen) dan Saluran Pemasaran II (Petani – Pedagang Besar – Pedagang Pengecer – Konsumen).

2. Saluran pemasaran II memiliki total biaya pemasaran tertinggi yakni Rp 1.700/kg, margin pemasaran tertinggi yakni Rp 7.000/kg, dan keuntungan pemasaran tertinggi yakni Rp 5.300/kg. Saluran II merupakan saluran terpanjang dibandingkan saluran I yang hanya memiliki total biaya pemasaran yakni Rp 500/kg, margin pemasaran yakni Rp 4.000/kg, dan keuntungan pemasaran yakni Rp 3.500/kg. Hal ini membuat aspek biaya, margin dan keuntungan memiliki nilai lebih tinggi dikarenakan lembaga pemasaran yang terlibat lebih banyak.
3. Saluran dengan bagian harga yang diterima oleh petani (*farmer's share*) tertinggi yakni pada saluran I sebesar 78,95%. Hal ini disebabkan karena saluran I lebih pendek dibandingkan saluran II yang hanya memiliki nilai *farmer's share* sebesar 68,18%.
4. Saluran pemasaran jamur tiram putih semuanya sudah efisien. Saluran I adalah saluran pemasaran paling efisien dibandingkan dengan saluran pemasaran I berdasarkan nilai Efisiensi pemasaran yaitu sebesar 2,27 persen. Sementara

saluran pemasaran II memiliki nilai Efisiensi Pemasaran sebesar 7,73.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai Analisis Efisiensi Pemasaran Jamur Tiram putih di Desa Petirhilir Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Dalam Penelitian ini diketahui bahwa semakin pendek saluran pemasaran maka *farmer's share* yang ada semakin besar. Untuk meningkatkan pendapatan, petani jamur tiram putih disarankan untuk menggunakan saluran pemasaran I karena memiliki nilai *farmer's share* tertinggi.
2. Petani harus aktif untuk mencari informasi dalam melakukan proses pemasaran, sehingga petani jamur tiram putih memiliki daya tawar yang tinggi dalam menjual hasil produksinya serta petani dapat membandingkan lembaga pemasaran yang dapat memberikan keuntungan yang lebih besar bagi petani.
3. Lembaga pemasaran diharapkan mampu menekan biaya penyusutan untuk memperkecil biaya pemasaran yang dikeluarkan dan menghasilkan saluran pemasaran yang lebih efisien.
4. Petani jamur tiram putih diharapkan dapat lebih meningkatkan produksinya sehingga petani dapat memperoleh pendapatan yang lebih tinggi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Angipora. 2002. *Dasar Dasar Pemasaran, Edisi Kedua*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- BPS Provinsi Jawa Barat. 2021. *Produksi Jamur Tiram Berdasarkan Kabupaten/Kota Tahun 2021*.
- Fahrozi1, Febri Nur Pramudya2, Mira Yanuarti. 2022. Analisis Efisiensi Pemasaran Jamur Tiram Putih (*Pleurotus Ostreatus*) Di Kelurahan Air Rambai Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Tanaman*. 1(1).
- Muhammad Ibnu Iqbal, Mohammad Anwar Sadat, A. 2020. *Analisis Saluran Dan Margin Pemasaran Umbi Porang (Studi Kasus Di Kelurahan Balleangin Kecamatan Balocci Kabupaten Pangkajene Dan Kepulauan)*. *Jurnal Agribis*, 12(2), 1–12.
- Rosmiah, E. M., Badriah, L. S., & Istiqomah. 2019. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Jamur Tiram Di Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 11(November), 95–108.
- Wahyudie, T. 2020. *Pengelolaan Komoditas Hortikultura Unggulan Berbasis Lingkungan*. Lombok : Forum Pemuda Aswaja.