

ANALISIS KERAGAAN PASAR (*MARKET PERFORMANCE*) JAMUR TIRAM PUTIH DI DESA SUKAMULYA KECAMATAN BAREGBEG KABUPATEN CIAMIS

DIANI HERYANTI^{1*}, DINI ROCHDIANI², BUDI SETIA¹

¹Fakultas Pertanian Universitas Galuh

²Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran

*Email: dianiheryanti17@gmail.com

ABSTRAK

Salah satu sub-sektor usahatani yang saat ini berkembang adalah sub-sektor usahatani tanaman hortikultura, salah satunya yaitu tanaman jamur tiram yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi serta dapat dikelola oleh masyarakat. Di Desa Sukamulya terdapat beberapa orang petani jamur tiram putih dalam skala kecil, sehingga untuk dapat meningkatkan pendapatan petani harus lihat dari aspek keragaan pasarnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) Saluran pemasaran jamur tiram putih dari petani sampai ke konsumen, 2) Marjin, biaya, keuntungan pemasaran, dan *farmer's share* jamur tiram putih, 3) Keragaan pasar dilihat dari efisiensi internal (*Eff-X*) dan *Price Cost Margin* (PCM). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan metode penelitian survei. Data yang dikumpulkan meliputi data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Pemasaran jamur tiram putih di Desa Sukamulya terdapat tiga saluran pemasaran. 2) Nilai marjin pemasaran terbesar terdapat pada saluran 1 yaitu Rp 5.500,- per kilogram. Biaya pemasaran tertinggi terdapat pada saluran 1 yaitu Rp 1.860,- per kilogram. Keuntungan pemasaran tertinggi terdapat pada saluran 1 yaitu Rp 3.640,- per kilogram. Hal tersebut dikarenakan panjangnya tingkatan lembaga pemasaran yang dilalui Serta nilai *Farmer's share* pada pemasaran jamur tiram putih di Desa Sukamulya dikatakan efisien, karena nilai *farmer's share* yang didapat yaitu 63,33% pada saluran ke-1, 65,52% pada saluran ke-2, dan 82,76% pada saluran ke-3. 3) Keragaan pasar pada pemasaran jamur tiram putih di Desa Sukamulya dilihat dari nilai *eff-X* berdasarkan hasil perhitungan yaitu 19,04% dan nilai PCM yaitu 23,64%. Kedua hasil perhitungan dari *Eff-X* dan PCM adalah sebagai indikator bahwa potensi petani dalam meningkatkan harga di atas biaya produksi.

Kata kunci : Keragaan, Pasar, Jamur Tiram Putih.

ABSTRACT

One of the farming sub-sectors that are currently developing is the horticultural farming sub-sector, one of which is the oyster mushroom plants that have high economic value and can be managed by the community. In Sukamulya Village, there are a number of small-scale white oyster mushroom farmers, so to be able to increase farmers' income they must look at the aspect of their market performance. This study aims to determine 1) The marketing channel of white oyster mushrooms from farmers to consumers, 2) Margin, costs, marketing benefits, and farmer's share of white oyster mushrooms, 3) Market performance is seen from internal efficiency (Eff-X) and Price Cost Margin (PCM). This type of research used in this research is quantitative descriptive survey research methods. Data collected includes primary data and secondary data. The results showed that: 1) Marketing of white oyster mushrooms in Sukamulya Village, there are three marketing channels. 2) The biggest marketing margin value is in channel 1, which is Rp 5,500 per kilogram. The highest marketing cost is in channel 1, which is Rp 1,860 per kilogram. The highest marketing profit is in channel 1, which is Rp. 3,640 per kilogram. That is because the length of the level of marketing institutions through and the value of Farmer's share in the marketing of white oyster mushrooms in the village of Sukamulya is said to be efficient, because the value of the farmer's share obtained is 63.33% in the 1st channel, 65.52% in the 2nd channel, and 82.76% in the 3rd channel. 3) Market performance in the marketing of white oyster mushrooms in Sukamulya Village is seen from the eff-X value based on the calculation result of 19.04% and PCM value of 23.64%. Both the results of calculations from Eff-X and PCM are indicators that the potential of farmers to increase prices above production costs.

Keywords: Performance, Market, White Oyster Mushroom.

PENDAHULUAN

Sasaran utama pembangunan nasional adalah untuk mencapai struktur perekonomian yang seimbang, yang memiliki sektor industri yang kuat didorong oleh sektor pertanian yang maju. Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan yang cukup strategis dalam perekonomian nasional, antara lain sebagai penyedia bahan pangan, pembuka lapangan kerja, pemasok bahan baku industri, dan sebagai sumber devisa negara, serta memberikan kontribusi secara langsung terhadap pertumbuhan ekonomi dan tingkat pendapatan usahatani (Agrina, 2009).

Jamur tiram putih ini memiliki manfaat bagi kesehatan diantaranya, dapat mengurangi kolesterol dan jantung lemah serta beberapa penyakit lainnya. Jamur tiram putih ini juga dipercaya mempunyai khasiat obat untuk berbagai penyakit seperti penyakit lever, diabetes, anemia. Selain itu jamur tiram putih juga dapat berkhasiat sebagai antitumor serta bertindak sebagai antioksidan, antiviral, antikanker antivirus (termasuk AIDS), antibakteri, dan dapat meningkatkan sistem imun. Di samping itu, jamur tiram putih juga dipercaya mampu membantu penurunan berat badan karena berserat tinggi dan membantu pencernaan

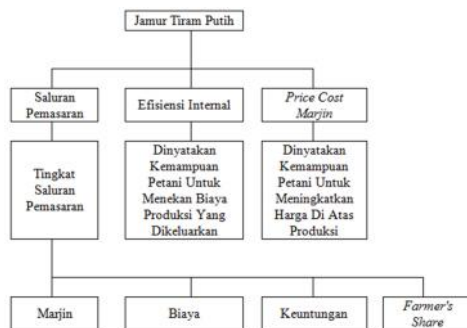
(Hendritomo, 2010). Jamur tiram putih memiliki kandungan gizi yang baik bagi tubuh. Kandungan protein yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan jenis jamur lainnya. Tiap 100 gram jamur tiram terdiri atas: protein 30%, karbohidrat 56%, lemak 2,2%, vitamin B2, vitamin C, niacin, mineral kalsium, zat besi, serat, asam amino esensial, asam lemak, dan mineral. Awalnya, pemenuhan kebutuhan manusia terhadap jamur tiram hanya mengandalkan kemurahan alam. Dengan cara seperti ini, jumlah jamur tiram yang didapat sangat terbatas dan hanya pada musim tertentu saja. Akan tetapi, saat ini informasi terus berkembang sampai pada akhirnya jamur tiram tersebut dapat dibudidayakan secara mandiri tanpa harus terikat pada kondisi alam atau musiman tertentu (Tatang, 2015).

Yusnu, 2018 mengatakan bahwa kenaikan permintaan jamur tiram dalam negeri meningkat setiap tahun sekitar 20-25% . Daerah penghasil jamur tiram antara lain: Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur. Padahal, jamur tiram sangat adaptif tumbuh di semua daerah. Di Jawa Barat, budidaya jamur tiram dapat dengan mudah di jumpai di Kabupaten Bandung, Bogor, Sukabumi, Garut, Tasikmalaya, Ciamis. Berdasarkan data dari Cabang Dinas Kehutanan Wilayah 7, Kabupaten Ciamis

merupakan salah satu penghasil jamur tiram terutama Desa Sukamulya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran, biaya, keuntungan pemasaran, *farmer's share* dan keragaan pasar. Untuk keragaan pasar dihiyung dengan menggunakan analisis *effisiensi internal (Eff-X)* dan *price cost margin (PCM)*.

Kerangka pemikiran.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei yaitu suatu kasus di Desa Sukamulya Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis. Menurut Margono (2005) menyatakan bahwa penelitian survei adalah pengamatan/penyelidikan yang kritis untuk mendapatkan keterangan yang terang baik terhadap suatu persoalan tertentu dan dalam suatu daerah tertentu.

Teknik pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. teknik pemilihan lokasi penelitian dengan cara *puposive sampling* yang dilakukan pada

responden petani jamur tiram putih dan responden pedagang perantara dengan cara *snowball sampling*.

Operasionalisasi Variabel

1. Saluran pemasaran adalah tata urutan atau jalur pemasaran jamur tiram yang dimulai dari produsen ke konsumen.
2. Fungsi pemasaran adalah kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan dalam proses pergerakan jamur tiram dari produsen sampai ke konsumen.
3. Lembaga pemasaran adalah orang, perusahaan atau lembaga yang secara langsung terlibat dalam pemasaran jamur tiram dari produsen sampai ke konsumen
4. Petani jamur tiram putih adalah petani yang menanam secara aktif atau mengusahakan jamur tiram kemudian menggunakan hasil produksi usahatannya atau menjualnya.
5. Pedagang pengumpul adalah pedagang yang membeli dan mengumpulkan hasil produksi jamur tiram dari para petani kemudian menjual ke pedagang besar.
6. Pedagang besar adalah pedagang yang membeli jamur tiram dalam jumlah besar dari pedagang pengumpul atau langsung dari produsen.

7. Pedagang pengecer adalah pedagang yang membeli produk dari pedagang besar atau pedagang pengumpul untuk di jual ke konsumen akhir.

8. Konsumen akhir adalah pembeli jamur tiram dari produsen atau pedagang pengecer untuk kegiatan konsumsi buksn kegiatan produksi.

9. Harga beli adalah harga yang dibayar oleh pembeli produk (jamur tiram), dan dinyatakan dalam satuan rupiah perkilogram (Rp/kg).

10. Harga jual adalah harga yang diterima oleh penjual produk (jamur tiram) dan dinyatakan dalam satuan rupiah perkilogram (Rp/kg).

11. Marjin pemasaran adalah selisih antara harga jual dengan harga beli, dan dinyatakan dalam satuan rupiah perkilogram (Rp/kg).

12. Biaya pemasaran total adalah jumlah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pergerakan jamur tiram dari produsen sampai ke konsumen, dan dinyatakan dalam satuan rupiah perkilogram (Rp/kg).

13. Volume penjualan adalah jumlah jamur tiram yang dijual, dan dinyatakan dalam satuan rupiah perkilogram (Rp/kg).

14. Volume pembelian adalah jumlah jamur tiram yang dibeli, dan dinyatakan dalam satuan rupiah perkilogram (Rp/kg).

15. Keuntungan pemasaran adalah selisih antara marjin pemasaran dengan biaya pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran yang dinyatakan dalam satuan rupiah perkilogram (Rp/kg).

16. Biaya Total (*Total Cost*), yaitu seluruh biaya yang dikeluarkan selama satu kali proses produksi yang dinyatakan dalam satuan rupiah.

17. Biaya Variabel (*Variable Cost*) adalah biaya yang besar kecilnya dipengaruhi oleh besar kecilnya produksi yang sifatnya habis dalam satu kali proses produksi.

18. Biaya tetap (*Fixed Cost*) adalah biaya yang besar kecilnya tidak dipengaruhi oleh besar kecilnya produksi yang dihasilkan dan sifatnya tidak habis dalam satu kali proses produksi.

Rancangan Analisis Data

1) Marjin Pemasaran

Menurut Asmarantaka (2012) marjin pemasaran dapat dirumuskan dengan perhitungan sebagai berikut:

$$Mi = Psi - Pbi$$

Atau

$$M_i = C_i + i$$

Sedangkan untuk keuntungan lembaga pemasaran yaitu dengan rumus:

$$i = P_{si} - P_{bi} - C_i$$

Dimana:

M_i : margin pemasaran di tingkat i

P_{si} : harga jual pasar di tingkat i (Rp/kg)

P_{bi} : harga beli pasar di tingkat i (Rp/kg)

C_i : biaya lembaga pemasaran di tingkat i (Rp/kg)

i : keuntungan lembaga pemasaran di tingkat i (Rp/kg)

2) Farmer's share

Widiastuti dan Harisudin (2013) Perhitungan *Farmer's share* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$FS = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

Dimana :

FS : *Farmer's share*

P_f : harga pembelian di tingkat petani (Rp/kg)

P_r : harga eceran di tingkat konsumen (Rp/kg)

Keputusan pemasaran yang dilakukan efisien atau belum menurut susanti *et al* (2014) yaitu:

→ Jika nilai *Farmer's share* yang di dapat 40% maka dikatakan efisien.

→ Jika nilai *Farmer's share* yang di dapat 40% maka dikatakan tidak efisien.

3) Effisiensi internal (Eff-X)

Effisiensi internal menunjukkan kemampuan petani untuk menekan biaya produksi yang dikeluarkan. Ustriyana (2017) untuk menghitung effisiensi internal yaitu dengan rumus:

$$Eff - X = \frac{\text{Nilai Tambah}}{\text{Nilai total input}} \times 100\%$$

$$Eff - X = \frac{TR - TC}{TC} \times 100\%$$

4) Price cost margin (PCM)

Ustriyana (2017) menyatakan bahwa PCM dinyatakan sebagai indikator kemampuan petani untuk meningkatkan harga di atas biaya produksi. PCM diperoleh dengan membagi selisih antara TR dikurangi TC dengan TR, dan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$PCM = \frac{\text{Nilai Tambah}}{\text{Nilai total output}} \times 100\%$$

$$PCM = \frac{TR - TC}{TR} \times 100\%$$

Untuk menghitung pendapatan yaitu dengan rumus:

$$TR = Y \cdot P_y$$

Dimana:

PCM = Price Cost Margin

Eff X = efisiensi internal

TC = *Total cost* (biaya total) (Rp)

TFC = *Total Fixed Cost* (biaya tetap total)
(Rp)

TVC = *Total Variable Cost* (biaya variabel total) (Rp)

TR = *Penerimaan Total (Total Revenue)*.
(Rp/kg)

Y = Jumlah Produk Total. (Rp)

Py = Harga Jual Produk (Rp/kg)

Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian dilaksanakan di Desa Sukamulya Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis, mulai dari Bulan Mei sampai dengan selesai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Responden

1) Umur Responden

Umur merupakan masa hidup petani dihitung sejak kelahirannya petani yang masih berumur produktif yaitu antara umur 30 sampai 65 tahun akan cenderung produktif dan intensif dalam berusahatani karena masih memiliki tenaga yang kuat dan kesehatan yang baik. Hal ini disebabkan petani pada umumnya lebih mudah menerima informasi dan inovasi baru serta lebih cepat mengambil keputusan dalam penerapan teknologi baru yang berhubungan dengan usahanya. Dengan kondisi usia tersebut juga diharapkan petani mampu membaca pasar

dan memanfaatkan peluang untuk meningkatkan penerimaan usahanya.

2) Tingkat Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu faktor untuk keberhasilan penerapan teknologi baru pada suatu daerah yang berhubungan dengan usaha setempat. Tingkat pendidikan formal maupun non formal sangat mempengaruhi petani dalam mengambil keputusan mengenai pelaksanaan usaha. Petani jamur tiram di Desa Sukamulya Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis dapat dikatakan pendidikan rendah. Hal ini dapat ditunjukkan dengan pola pikir petani yang sulit diubah. Tetapi, walaupun dengan tingkat pendidikan rendah diharapkan petani bisa mampu menerima teknologi baru untuk meningkatkan produktivitas usahanya dan dapat senantiasa memperhatikan keadaan serta keinginan pasar.

3) Jumlah Tanggungan Keluarga

Tanggungan keluarga petani merupakan banyaknya orang yang secara ekonomis masih menjadi tanggungan petani yang bersangkutan. Petani selain membudidayakan jamur tiram juga menjual jamur tiram. Hasil dari penjualan jamur tiram ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan keluarga. Jumlah anggota keluarga akan mempengaruhi

jumlah pengeluaran. Semakin banyak anggota keluarga yang menuntut petani untuk mendapatkan uang lebih, maka semakin besar pula jumlah pengeluaran yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan keluarganya.

Sebagian besar responden petani mempunyai tanggungan keluarga 0 sampai 2 orang. Demikian pula dengan responden pedagang pengumpul, sebagian besar mempunyai tanggungan keluarga 3-5 orang.

4) Pengalaman Usaha

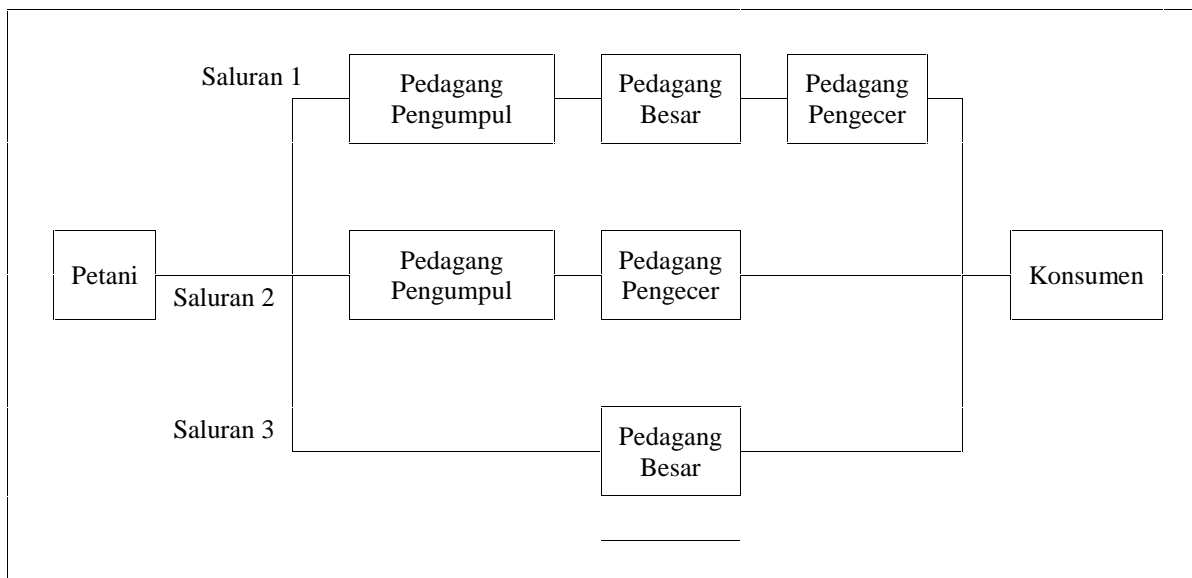
Pengalaman merupakan guru paling berharga dalam berusahatani dan pemasaran. Pengalaman yang cukup lama akan menunjang terhadap keberhasilan dan pengembangan usaha.

Pemasaran Jamur Tiram

Petani jamur tiram Desa Sukamulya memasarkan jamur tiram dalam bentuk segar. Jenis jamur yang dipasarkan yaitu jamur tiram putih. Hasil panen biasanya langsung dijual kepada lembaga pemasaran (pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer).

Saluran Pemasaran Jamur Tiram

Pemasaran jamur tiram dari Desa Sukamulya Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis melalui tiga saluran pemasaran, dimana pelaku pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran tersebut meliputi pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer, yang dapat di lihat pada gambar.



Berdasarkan uraian gambar tersebut, pedagang pengumpul 1 berlokasi di Desa Jalatrang pedagang pengumpul 2 berlokasi di Desa Sukamulya. Pedagang besar 1

berlokasi di Pasar Kawali dan pedagang besar 2 berlokasi di Baregbeg. Kemudian pedagang pengecer tersebar di beberapa lokasi pasar yaitu: 5 orang pedagang

pengecer di Pasar Kawali, 2 orang pedagang pengecer di Pasar Buniseuri, 2 orang pedagang pengecer di Pasar Ciamis dan 3 orang pedagang pengecer di Pasar Manonjaya.

Tabel 1. Saluran Pemasaran Jamur Tiram

No	Lembaga Pemasaran	Saluran 1 (rp/kg)	Saluran 2 (rp/kg)	Saluran 3 (rp/kg)
1.		Petani		
	Harga Jual	9500	9500	12000
	Biaya	-	-	400
2.		Pedagang Pengumpul		
	Harga Beli	9500	9500	-
	Harga Jual	10500	11000	-
	Marjin	1000	1500	-
	Biaya	450	800	-
	Keuntungan	550	700	-
3.		Pedagang Besar		
	Harga Beli	10500	-	12000
	Harga Jual	12500	-	14500
	Marjin	2000	-	2500
	Biaya	500	-	500
	Keuntungan	1500	-	2000
4.		Pedagang Pengecer		
	Harga Beli	12500	11000	-
	Harga Jual	15000	14500	-
	Marjin	2500	3500	-
	Biaya	910	775	-
	Keuntungan	1590	2725	-
5.		Total		
	Marjin	5500	5000	2500
	Biaya	1860	1575	900
	Keuntungan	3640	3425	1600
	<i>Farmer's Share</i>	63,33%	65,52%	82,76%

Saluran pemasaran ke 1 terdapat marjin pemasaran pada tingkat pedagang pengumpul adalah Rp 1.000,- per kilogram, pada pedagang besar adalah Rp 2.000,- per kilogram, serta pada pedagang pengecer Rp 2.500,- per kilogram dengan total marjin Rp 5.500,- per Kilogram. Biaya pemasaran di tingkat pedagang pengumpul Rp 450,- per Kilogram, pada pedagang besar Rp 500,- per kilogram,

serta pada pedagang pengecer Rp. 910,- per Kilogram dengan total biaya Rp 1860,- per Kilogram. Keuntungan pemasaran tingkat pedagang pengumpul Rp 550,- per Kilogram, pada pedagang besar Rp 1.500,- per kilogram, serta pada pedagang pengecer Rp. 1.590,- per Kilogram dengan total keuntungan Rp 3.640,- per Kilogram. *Farmer's share* atau bagian harga yang diterima petani pada saluran pemasaran 1

di Desa Sukamulya adalah 66,33 % dari harga yang dibayarkan konsumen.

Saluran pemasaran ke 2 terdapat margin pemasaran pada tingkat pedagang pengumpul adalah Rp 1.500,- per kilogram, serta pada pedagang pengecer Rp 3.500,- per kilogram dengan total margin Rp 5.000,- per Kilogram. Biaya pemasaran di tingkat pedagang pengumpul Rp 800,- per Kilogram, serta pada pedagang pengecer Rp. 775,- per Kilogram dengan total biaya Rp 1.575,- per Kilogram. Keuntungan pemasaran tingkat pedagang pengumpul Rp 700,- per Kilogram, serta pada pedagang pengecer Rp. 2.725,- per Kilogram dengan total keuntungan Rp 3.425,- per Kilogram. *Farmer's share* atau bagian harga yang

diterima petani pada saluran pemasaran 2 di Desa Sukamulya adalah 65,52 % dari harga yang dibayarkan konsumen.

Saluran pemasaran ke 3 pada tingkat pedagang besar mendapatkan total margin Rp 2.500,- per Kilogram. Total biaya Rp 900,- per Kilogram. Total keuntungan Rp 1.600,- per Kilogram. *Farmer's share* atau bagian harga yang diterima petani pada saluran pemasaran 3 di Desa Sukamulya adalah 82,76 % dari harga yang dibayarkan konsumen.

Keragaan Pasar Jamur Tiram Putih

Keragaan pasar dapat dihitung dengan analisis efisiensi internal (*Eff-X*) dan *price cost margin* (*PCM*). Untuk rincian perhitungan analisis keragaan pasar dapat dilihat pada tabel:

Tabel 2. Perhitungan analisis keragaan pasar

No	Responden	Biaya Total (Rp)	Penerimaan (Rp)	Nilai tambah (Rp)	<i>Eff-X</i> (%)	<i>PCM</i> (%)
1	A	12.454.580,66	14.867.500	2.412.919,34	16,23	19,37
2	B	14.917.913,03	18.857.500	3.939.586,97	20,89	26,41
3	C	6.750.618,46	8.312.500	1.561.881,54	18,79	23,14
4	D	7.820.006,95	9.357.500	1.537.493,05	16,43	19,67
5	E	14.660.140,00	19.000.000	4.339.860,00	22,84	29,60
Jumlah		56.603.259,10	70.395.000	13.791.740,90	95,18	118,18
Rata-rata		11.320.651,82	14.079.000	2.758.348	19,04	23,64

Effisiensi internal menunjukkan kemampuan petani untuk menekan biaya produksi yang dikeluarkan. Berdasarkan hasil perhitungan rata-rata nilai *eff-X* adalah 19,04%. Artinya, jika nilai *eff-X* petani lebih dari rata-rata, maka kegiatan usahatani yang dilakukan petani sudah

efisien. Sehingga petani dapat meneruskan usahatani jamur tiram putih. Hal ini bisa disebabkan karena akses jalan menuju pasar dekat dengan lokasi petani. Apabila nilai *eff-X* petani kurang dari rata-rata, maka kegiatan usahatani yang dilakukan belum efisien. Sehingga ada kemungkinan petani

tidak dapat meneruskan usahatani jamur tiram putih.

Price Cost Margin (PCM) dirumuskan sebagai rasio dari nilai tambah dikurangi dengan total seluruh pengeluaran terhadap nilai output. Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa rata-rata nilai PCM nya adalah 23,64%. Artinya, jika petani yang memperoleh nilai PCM lebih dari rata-rata, maka besar kemungkinan petani untuk meningkatkan harga produksi dan termasuk konsentrasi pasar yang tinggi. Apabila petani yang memperoleh nilai PCM kurang dari rata-rata, maka kemampuan petani untuk meningkatkan harga produksi sedikit dan termasuk ke dalam konsentrasi pasar yang rendah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Pemasaran jamur tiram putih di Desa Sukamulya terdapat tiga saluran pemasaran.
2. Nilai margin pemasaran terbesar terdapat pada saluran 1 yaitu Rp 5.500,- per kilogram. Biaya pemasaran tertinggi terdapat pada saluran 1 yaitu Rp 1.860,- per kilogram. Keuntungan pemasaran tertinggi terdapat pada saluran 1 yaitu Rp 3.640,- per kilogram. Hal tersebut dikarenakan panjangnya tingkatan lembaga pemasaran yang dilalui Serta nilai

Farmer's share pada pemasaran jamur tiram putih di Desa Sukamulya dikatakan efisien, karena nilai farmer's share yang didapat yaitu 63,33% pada saluran ke-1, 65,52% pada saluran ke-2, dan 82,76% pada saluran ke-3.

3. Keragaan pasar pada pemasaran jamur tiram putih di Desa Sukamulya dilihat dari nilai eff-X berdasarkan hasil perhitungan yaitu 19,04% dan nilai PCM yaitu 23,64%. Kedua hasil perhitungan dari Eff-X dan PCM adalah sebagai indikator bahwa potensi petani dalam meningkatkan harga di atas biaya produksi.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dari pada penelitian, maka diajukan saran sebagai berikut:

1. Diharapkan petani dapat memiliki saluran pemasaran yang memberikan keuntungan maksimal dalam usahatannya sehingga dapat menekan biaya produksi dan bisa meningkatkan harga produksi.
2. Diharapkan kepada pemerintah bisa mendukung petani dalam hal pemasarannya harus ada harga standar pada penjualan jamur tiram putih sehingga dapat meningkatkan pendapatan petani.

DAFTAR PUSTAKA

- Agrina. 2009. *Budidaya Jamur Tiram*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Angipora. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Kedua. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Aninditi, Ratya. 2004. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Papyrus. Surabaya.
- Aninditi, Ratya. 2005. *Pemasaran Hasil Pertanian*. Lentera. Jakarta.
- Asmarantaka. 2012. *Pemasaran Agribisnis (Agrimarketing)*. Bogor (Id) : Institut Pertanian Bogor.
- Cabang Dinas Kehutanan wilayah 7 Kabupaten Ciamis, 2018. *Jumlah Produksi Jamur Tiram Di Kabupaten Ciamis*. Cabang Dinas Kehutanan wilayah 7 Kabupaten Ciamis.
- Creswell, J. W. 2010. *Research design: pendekatan kualitatif dan kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: PT. Pustaka Pelajar.
- Fatoni. 2006. *Organisaidan Manajemen Sumber Daya Manusia*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Hanafie, M Mamduh. 2011. *Manajemen Keuangan, Edisi Pertama, Cetakan Kedua*. BPF. Unjiversitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Hanafie. 2010. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. CV. ANDI. Yogyakarta.
- Jalaku. 2011. *Modul Budidaya Jamur Tiram*. Jalaku. Bandar Lampung.
- Kothler. 2005. *Manajemen Pemasaran PT Indeks Kelompok*. Gramedia. Jakarta.
- Kothler. 2009. *Manajemen Pemasaran*. PT. Erlangga. Jakarta.
- Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Shinta. 2011. *Ilmu Usahatani*. Universitas Brawijaya Press. Malang.
- Simaroma. 2009. *Flafoid Dalam Apel Dan Aktifitas Antioksidanya*. Jakarta. EGC.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian:Teori dan Aplikasi*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Suratiyah. 2009. *Ilmu usahatani*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Swasta dan irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.
- Tatang, N. 2015. *Kiat Sukses Budidaya Jamur Tiram*. Yrama Widya. Bandung.
- Teguh, M. 2010. *Ekonomi Industri*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Ustriyana, I Nyoman. 2017. *Modul Praktikum Pemasaran Agribisnis*. Universitas Udayana.
- Yusnu. 2018. *Sukses Budidaya Jamur Tiram*. Ilmu. Jakarta.