



Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah
ISSN: 2303-1573 e-ISSN: 2527-3876
Homepage: <https://www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/amwal>
email: jurnalalamwal@syekhnurjati.ac.id

AL-AMWAL

Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Jamur Tiram Di Kabupaten Purbalingga

Eneng Mia Saptarini

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman
Email: enengmias20@gmail.com

Lilis Siti Badriah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman
Email: ummililis@yahoo.co.id

Istiqomah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman
E-mail: istiqomahsubechan@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pendapatan yang diterima oleh petani dan mengukur efisiensi pemasaran jamur tiram di Kabupaten Purbalingga. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan data primer yang diperoleh melalui wawancara menggunakan kuesioner. Sampel yang digunakan sebanyak 22 petani dengan metode sensus dan 24 pedagang perantara yang diperoleh dengan metode snowball sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis pendapatan, margin pemasaran, farmer's share, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran dan analisis efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada tiga saluran pemasaran jamur tiram di Kabupaten Purbalingga yakni saluran I (petani-konsumen), saluran II (petani-pengepul desa-pedagang pengecer-konsumen), dan saluran III (petani-pengepul desa-pedagang besar-produsen pengolahan-konsumen). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran jamur tiram di Kabupaten Purbalingga belum efisien. Selain itu ditemukan bahwa semakin pendek saluran pemasaran, farmer's share semakin besar. Oleh karena itu petani dan pemerintah daerah sebaiknya berupaya untuk memperpendek saluran pemasaran.

Kata Kunci: pendapatan, saluran pemasaran, margin pemasaran, farmer's share, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, dan efisiensi pemasaran

Abstract

This study aims to analyze the income received by farmers and to measure the marketing efficiency of oyster mushroom in Purbalingga Regency. It used survey method with primary data collected through questionnaire-based interviews. The sample consists of 22 farmers using census and 24 intermediary traders obtained by snowball sampling. Data analysis techniques used in this study are income analysis, marketing margin, farmer's share, marketing costs, marketing profit and marketing efficiency. The results show that there are three marketing channels for oyster mushroom in Purbalingga: channel I (farmers – consumers), channel II (farmers – village collectors – retailers – consumers), and channel III (farmers – village collectors – wholesalers – processor– consumers). The results show that the marketing of oyster mushrooms in Purbalingga Regency has not been efficient. The study also indicates that the shorter the marketing channel, the greater the farmer's share. Therefore farmers and the local government should take efforts to shorten the marketing channel.

Keywords: *revenue, marketing channels, marketing margin, farmer's share, marketing costs, marketing profit, and marketing efficiency*

PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia didukung oleh berbagai sektor, salah satunya pertanian. Sektor pertanian di Indonesia berperan penting dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) dan kesempatan kerja. Berikut kontribusi lima sektor tertinggi terhadap PDB dan kesempatan kerja di Indonesia tahun 2017.

Tabel 1. Kontribusi Lima Sektor Tertinggi terhadap PDB dan Kesempatan Kerja di Indonesia Tahun 2017 (%)

No	Sektor PDB	Kontribusi terhadap PDB	Kontribusi terhadap Kesempatan Kerja
1.	Industri Pengolahan	20,16	14,50
2.	Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	13,14	29,68
3.	Perdagangan Besar dan Eceran	13,00	18,57
4.	Konstruksi	10,37	6,72
5.	Jasa-jasa	12,07	11,36

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2018

Tabel 1 menunjukkan bahwa pada tahun 2017 sektor pertanian, kehutanan dan perikanan menjadi sektor kedua dengan sumbangan tertinggi terhadap PDB setelah sektor industri pengolahan. Namun demikian, sumbangan sektor pertanian terhadap kesempatan kerja adalah yang terbesar dibandingkan dengan sektor-sektor lainnya. Besarnya kontribusi sektor pertanian secara nasional tidak terlepas dari capaian kontribusi sektoral terhadap PDRB ditingkat provinsi, salah satunya Jawa Tengah. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Kontribusi Lima Sektor Tertinggi terhadap PDRB dan Kesempatan Kerja di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2017 (%)

No	Lapangan Usaha	Kontribusi terhadap PDRB	Kontribusi terhadap Kesempatan Kerja
1.	Industri Pengolahan	34,95	20,73
2.	Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	14,08	25,15
3.	Perdagangan Besar dan Eceran	13,59	24,00
4.	Konstruksi	10,35	8,68
5.	Jasa-jasa	10,15	14,42

Sumber : Jawa Tengah dalam Angka, 2018

Berdasarkan Tabel 2 sektor pertanian di Provinsi Jawa Tengah, sebagaimana data nasional, merupakan kontributor kedua terbesar terhadap PDRB setelah industri pengolahan. Namun demikian, sumbangannya terhadap kesempatan kerja adalah yang terbesar, disusul perdagangan besar dan eceran dan industri pengolahan. Kontribusi sektoral pada PDRB di Provinsi Jawa Tengah tidak terlepas dari kontribusi kabupaten dan kota, salah satunya Kabupaten Purbalingga. Kabupaten Purbalingga menjadi salah satu daerah dengan kontribusi sektor pertanian paling tinggi dibandingkan dengan sektor yang lain. Berikut data kontribusi lima sektor tertinggi terhadap PDRB Purbalingga pada tahun 2017.

Tabel 3. Kontribusi Lima Sektor Tertinggi terhadap PDRB dan Kesempatan Kerja di Kabupaten Purbalingga Tahun 2017 (%)

No	Lapangan Usaha	Kontribusi terhadap PDRB	Kontribusi terhadap Kesempatan Kerja
1.	Industri Pengolahan	26,84	33,70
2.	Pertanian, Kehutanan dan Perikanan	27,26	20,19
3.	Perdagangan Besar dan Eceran	12,64	22,02
4.	Konstruksi	5,94	13,06
5.	Jasa-jasa	11,36	11,01

Sumber : Purbalingga dalam Angka, 2018

Berdasarkan Tabel 3 berbeda dengan data nasional dan provinsi, kontribusi sektoral tertinggi terhadap PDRB di Kabupaten Purbalingga adalah sektor pertanian. Namun kesempatan kerja tertinggi justru disumbangkan oleh sektor industri pengolahan.

Dewasa ini telah terjadi peningkatan pengembangan diversifikasi usaha pertanian. Hal iniditandai dengan pengembangan sektor pertanian yang pada masalampau menekankan pada komoditi tanaman pangan, pada saat sekarang sudahmulai mengarah pada komodititanaman hortikultura (tanaman hias,tanaman buah-buahan dan tanamansayuran). Komoditi hortikultura telah dipandang sebagai salah satusumber pertumbuhan baru dalamsektor pertanian, yang ditunjukkan oleh tingginya prospek permintaan komoditas yang bersangkutan baikuntuk pasar domestik maupun internasional (Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, 2017).

Jamur pangan (*edible mushroom*) merupakan salah satu sumber daya hayati Indonesia yang mulai dikembangkan sebagai bahan pangan, yang tidak mengandung racun yang berbahaya bagi kesehatan, sehingga aman untuk dikonsumsi baik produk

hasil budidaya atau panen dari alam (Wiardani, 2010). Beberapa jenis jamur dapat menghasilkan tubuh buah yang berukuran makroskopis, yang dapat dikonsumsi sebagai bahan pangan (LIPI, 2017). Dari berbagai jenis jamur konsumsi, ada tiga jenis jamur yang mempunyai prospek cerah untuk dibudidayakan di Indonesia, yaitu jamur tiram, jamur kuping dan jamur merang (Wiardani, 2010).

Jamur tiram (*Pleurotus ostreatus*) atau jamur tiram putih adalah jamur pangan dengan tudung berbentuk setengah lingkaran mirip cangkang tiram dengan bagian tengah agak cekung dan berwarna putih hingga krem. Permukaan tudung jamur tiram licin, agak berminyak saat lembap, dan tepiannya bergelombang (Wiardani, 2010). Kandungan protein jamur tiram putih adalah sebesar 19-35 persen, lebih tinggi dari beras yang hanya 7,3 persen, gandum 13,2 persen, dan susu sapi 25,2 persen (Saskiwan, 2018).

Salah satu sentra produksi jamur terdapat di Kabupaten Banjarnegara, Purbalingga, Banyumas, Cilacap dan Kebumen (Barlingmascakeb). Berikut data luas lahan panen dan produksi jamur di wilayah Barlingmascakeb.

Tabel 4. Perbandingan Luas Lahan Panen dan Produksi Jamur Pada Tahun 2017

No	Kabupaten/Kota	Luas Lahan Panen(M ²)	Produksi (Kg)
1.	Banyumas	72.996	1.111.671
2.	Banjarnegara	12.237	45.047
3.	Kebumen	4.241	39.819
4.	Cilacap	781	59.482
5.	Purbalingga	172	21.341

Sumber : Badan Pusat Statistik Jawa Tengah, 2018

Berdasarkan Tabel 4 produksi jamur terbanyak terletak di Kabupaten Banyumas dengan jumlah produksi sebanyak 1.111.671 Kg per tahun dengan luas lahan panen 72.996 M². Kabupaten Purbalingga tercatat sebagai daerah yang memproduksi jamur terkecil di Barlingmascakeb dengan produksi jamur sebanyak 21.341 kg dan luas lahan panen 172 m².

Budidaya tanaman jamur sangat membantu perekonomian warga sekitar karena budidaya tanaman jamur tidak memerlukan lahan yang luas. Para petani jamur Purbalingga menggunakan pekarangan rumah sebagai area tanam, sehingga dapat memperkecil biaya produksi. Kabupaten Purbalingga memiliki asosiasi sebagai wadah bagi para petani jamur dalam mengembangkan usaha budidaya jamur yakni Paguyuban Petani Jamur Purbalingga (PPJP) yang berdiri pada tahun 2015 dengan jumlah anggota 22 orang dan tersebar di 13 kecamatan dan 18 desa.

Untuk memperoleh pendapatan, diperlukan saluran pemasaran yang membantu produsen menyalurkan produk sampai kepada konsumen. Semakin panjang saluran pemasaran maka semakin tidak efisien, sehingga *farmer's share* semakin rendah. Begitu pula sebaliknya, semakin pendek saluran pemasaran maka semakin efisien saluran pemasarannya sehingga *farmer's share* semakin tinggi dan petani bisa memiliki posisi tawar yang tinggi pula.

Pemasaran yang efisien adalah pemasaran yang diselenggarakan dengan biaya serendah mungkin dan mengambil keuntungan yang wajar (*reasonable return*) serta mampu menciptakan kepuasan bagi konsumen (Abidin, Harahab dan Asmarawati, 2017). Efisiensi pemasaran diukur melalui rasio antara output dan input. Misalnya,

efisiensi tenaga kerja diukur melalui rasio antara output yang dihasilkan dan jumlah tenaga kerja. Dalam efisiensi pemasaran produk pertanian, input dapat berupa tenaga kerja, mesin, energi, dan lain-lain sedangkan output meliputi waktu, bentuk, tempat, dan kepemilikan (Anindita dan Baladina, 2017).

Berdasarkan hasil wawancara dengan petani sekaligus pengepul jamur di Desa Kemangkon terdapat tiga saluran pemasaran dalam pemasaran jamur yang ada di Kabupaten Purbalingga yaitu saluran 1 (petani-konsumen), saluran 2 (petani-pengepul desa-pedagang pengecer-konsumen), dan saluran 3 (petani-pengepul desa-pedagang besar-produsen pengolahan-konsumen). Harga yang diterima petani dari pengepul Rp 9.000,00 per kg dan harga yang dibayarkan oleh konsumen Rp 12.000,00 sampai dengan Rp 14.000,00 per kg.

Semakin panjang saluran pemasaran, maka akan semakin melemahkan posisi tawar yang dimiliki petani. Oleh karena itu, perlu adanya penelitian lebih lanjut mengenai saluran pemasaran jamur tiram di Kabupaten Purbalingga, sehingga akan lebih jelas saluran pemasaran yang lebih menguntungkan dan efisien. Dengan demikian, penelitian ini memiliki tujuan penelitian sebagai berikut: 1) menganalisis perbandingan biaya pemasaran dan margin pemasaran antarsaluran pemasaran jamur tiram di Kabupaten Purbalingga, 2) menganalisis pendapatan petani dari hasil usaha tani jamur tiram di Kabupaten Purbalingga, 3) menganalisis *farmer's share* yang diterima petani pada setiap saluran pemasaran jamur tiram di Kabupaten Purbalingga, dan 4) menganalisis efisiensi pemasaran jamur tiram di Kabupaten Purbalingga.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer mengenai harga jamur ditingkat petani, margin pemasaran jamur, biaya pemasaran jamur, selisih antara harga yang dibayar konsumen dan harga yang diterima produsen jamur, variabel penelitian tersebut diukur dalam satuan rupiah serta efisiensi saluran pemasaran jamur. Jumlah sampel petani jamur tiram sebanyak 22 petani, sedangkan pengambilan sampel pedagang perantara dilakukan dengan metode *snowball sampling*, hal ini dikarenakan populasi pedagang perantara jamur tiram di Kabupaten Purbalingga tidak diketahui jumlah dan lokasinya. Untuk menjawab pertanyaan penelitian, penulis menggunakan alat analisis pendapatan, analisis margin pemasaran, analisis *farmer's share*, analisis biaya dan keuntungan serta indeks efisiensi operasional.

1. Pendapatan Petani

Untuk mengetahui keuntungan petani jamur tiram dihitung menggunakan rumus menurut (Sukirno, 2013) :

$$\pi = TR - TC$$

Keterangan :

π : *profit* (pendapatan)

TR : *total revenue* (total pendapatan)

TC : *total cost* (total biaya)

2. Analisis Margin Pemasaran

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya selisih harga di tingkat konsumen akhir dengan harga di tingkat produsen dan penyebarannya di masing-masing pedagang pada setiap jalur distribusinya. Secara sistematis margin pemasaran dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$MP = P_r - P_f$$

Keterangan:

MP :margin pemasaran

Pr : harga di tingkat konsumen akhir

Pf : harga di tingkat produsen

3. *Farmer`s Share*

Untuk mengetahui berapa besar bagian harga yang diterima oleh petanidari harga jual jamur, digunakan rumus berikut (Sudiyono, 2004):

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

Keterangan:

Si : bagian harga yang diterima petani jamur

Pr : harga jual di tingkat petani

Pf : harga beli konsumen akhir

4. *Share Biaya Pemasaran dan Share Keuntungan (Cost and Profit Marketing Share)*

Persentase biaya pemasaran dan persentase keuntungan yang diperoleh tiap lembaga pemasaran dapat dihitung dengan rumus berikut (Sudiyono, 2004) :

$$SK_i = \frac{(K_i)}{(P_r - P_f)} \times 100\%$$

Keterangan :

SK_i : *share* keuntungan lembaga pemasaran ke-i

K_i : keuntungan lembaga pemasaran ke-i

Pf : harga ditingkat produsen

Pr : harga ditingkat konsumen

$$SB_i = \frac{(B_i)}{(P_r - P_f)} \times 100\%$$

Keterangan :

SB_i : *share* biaya pemasaran lembaga pemasaran ke-i

B_i : biaya pemasaran lembaga pemasaran ke-i

Pf : harga ditingkat produsen

Pr : harga ditingkat konsumen

Kriteria menyimpulkannya adalah jika *share* keuntungan dan biaya pemasaran dari masing-masing lembaga yang terkait pada proses pemasaran dengan kondisi merata dalam artian *share* keuntungan yang diterima lebih tinggi dari biaya yang dikeluarkan, maka pemasarannya dapat dikatakan efisien (Abidin, Harahab dan Asmarawati, 2017).

5. Analisis Efisiensi Pemasaran

Menurut Calkins dan Hu-mei Wang (1978), bahwa saluran tata niaga atau pemasaran yang dapat dikatakan efisien adalah saluran pemasaran yang mempunyai indeks efisiensi teknis (T) lebih kecil dari saluan pemasaran lain dan indeks efisiensi ekonomis (E) lebih besar dibandingkan dengan saluran pemasaran lainnya. Berikut rumus perhitungannya (Calkins dan Wang dalam Mahatama dan Farid, 2013) :

a. Indeks efisiensi teknis (T)

$$T_{ij} = V_{ij} / W_{ij} / d_{ij}$$

Keterangan :

T_{ij} : Indeks efisiensi teknis

V_{ij} : Variabel biaya pemasaran (Rp/kg)

W_{ij} : Berat akhir produk (kg)

d_{ij} : Total jarak tempuh (km)

b. Indeks efisiensi ekonomis (E)

$$E_{ij} = \frac{\sum k\{\pi_{ijk}\}}{V_{ij}}$$

Keterangan :

E_{ij} : Indeks efisiensi ekonomis

V_{ij} : Variabel biaya pemasaran (Rp/kg)

k : Jenis pedagang yang terlibat

i : Jenis komoditi

j : Jenis saluran tataniaga

π : Keuntungan agen pemasaran

Nilai dari hasil perhitungan selanjutnya dibandingkan dengan memperhatikan kriteria sebagai berikut:

1. Secara teknis, apabila nilai T_{ij} lebih kecil dari T_{ij} lainnya maka saluran pemasaran efisien.
2. Secara ekonomis, apabila nilai E_{ij} lebih besar dari nilai E_{ij} lainnya maka saluran pemasaran efisien.

Kriteria diatas menunjukkan bahwa salah satu saluran pemasaran dapat dianggap lebih efisien dibandingkan saluran pemasaran lainnya, jika indeks efisiensi teknis saluran satu lebih kecil dari saluran yang lainnya dan indeks efisiensi ekonomis salah satu saluran pemasaran lebih besar dari saluran pemasaran lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Keuntungan Usahatani Jamur Tiram

Pendapatan usaha tani jamur merupakan hasil selisih penerimaan dari penjualan usaha tani jamur dengan biaya yang dikeluarkan selama proses produksi satu bulan baik itu biaya variabel yang meliputi biaya bibit, biaya produksi media tanam, biaya sarana pendukung dalam produksi media tanam dan biaya tenaga kerja maupun biaya tetap yang meliputi biaya penyusutan peralatan dan biaya penyusutan bangunan. Keuntungan yang diperoleh petani jamur tiram di Kabupaten Purbalingga pada tahun 2019. Keuntungan rata-rata petani jamur tiram per bulan Rp6.905.008,00. Keuntungan tertinggi petani ada pada angka Rp18.718.201 dengan rata-rata jumlah jamur tiram yang diproduksi sebanyak 1.135,51 Kilogram.

2. Margin Pemasaran Jamur Tiram di Kabupaten Purbalingga

Margin pemasaran dapat dianalisis dengan menggunakan dua komponen yakni harga jual dan harga beli yang diselisihkan pada lembaga pemasaran dimana harga jual dikurangi dengan harga beli. Terdapat tiga saluran pemasaran jamur tiram di Kabupaten Purbalingga yakni saluran I (petani-konsumen), saluran II (petani-pengepul desa-pedagang pengecer-konsumen), dan saluran III (petani-pengepul desa-

pedagang besar-produsen pengolahan-konsumen).Margin pemasaran jamur tiram di Kabupaten Purbalingga tersaji pada Tabel 5.

Tabel 5. Margin Pemasaran Jamur Tiram di Kabupaten Purbalingga Tahun 2019

No	Lembaga Pemasaran	Besarnya Margin					
		Saluran 1		Saluran 2		Saluran 3	
		Rp/kg	%	Rp/kg	%	Rp/kg	%
1	Petani	6.081	100,00	-	-	-	-
2	Pengepul	-	-	1.109,09	43,26	533,33	1,50
3	Pedagang Besar	-	-	-	-	1.166,67	3,27
4	Pengecer	-	-	1.454,55	56,74	-	-
5	Pengolahan	-	-	-	-	34.000	95,23
Total		6.081	100,00	2.563,64	100,00	35.700	100,00

Sumber : Data primer diolah, 2019

Tabel 5 menunjukkan bahwa lembaga pemasaran pada saluran I adalah petani. Besarnya margin pemasaran saluran I sebesar Rp6.081,00per kg dari harga jual rata-rata di tingkat konsumen. Saluran I merupakan saluran pemasaran terpendek diantara tiga saluran.Pada saluran II terdapat dua lembaga pemasaran yakni pengepul dan pengecer dengan total margin sebesar Rp2.563,64 per kgdan masing-masing margin sebesar Rp1.109,09 atau 43,46 % ditingkat pengepul dan Rp1.454,55 atau 56,74 % ditingkat pengecer.

Margin pemasaran pada saluran III sebesar Rp35.700,00per kg atau 79,33 % dari harga jual rata-rata ditingkat konsumen. Saluran III merupakan saluran pemasaran dengan tingkatan margin tertinggi dari saluran pemasaran lain. Produsen pengolahan menetapkan harga jual rata-rata sebesar Rp45.000,00per kg kepada konsumen. Terdapat tiga lembaga pemasaran yang ada pada saluran III yakni pengepul dengan margin sebesar Rp533,33 atau 1,50% dari total margin, margin pedagang besar yakni Rp1.166,67 atau 3,27 % dari total margin dan lembaga pemasaran yang ketiga produsen pengolahan memiliki margin paling besar yakni Rp34.000,00 atau 95,23 % dari total margin. Hasil penelitian menunjukkan saluran II merupakan saluran yang menyumbang marginpemasaran terkecil dan dapat dikatakan efisien pada pemasaran jamur tiram di Kabupaten Purbalingga dikarenakan tingkat laba bersih yang diperoleh pada saluran II lebih kecil dari saluran I dan III.Hal tersebut tidak sejalan dengan hipotesis dikarenakan margin dan laba pada saluran pemasaran I lebih besar dari saluran pemasaran II. Selain itu, penelitian ini sejalan dengan temuan (Annisa et al, 2015).

3. *Farmer's Share*, Persentase Biaya dan Keuntungan

Salah satu indikator yang berguna dalam melihat efisiensi pemasaran adalah dengan membandingkan bagian yang diterima petani (*farmer's share*) terhadap harga yang dibayar oleh konsumen akhir. Semakin besar bagian yang diterima petani maka alur pemasaran akan dianggap semakin efisien. Perbedaan bagian yang diterima

petani dapat dilihat dari masing-masing margin pada pola saluran pemasaran jamur tiram yang terdapat di Kabupaten Purbalingga dengan membandingkan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan yang diterima. Tabel 6 menyajikan data tentang *farmer's share*, biaya pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran jamur tiram di Kabupaten Purbalingga.

Tabel 6. *Farmer's Share*, Biaya Pemasaran, Keuntungan Lembaga Pemasaran Jamur Tiram di Kabupaten Purbalingga Tahun 2019

Uraian	Pola Pemasaran					
	Saluran 1	%	Saluran 2	%	Saluran 3	%
<i>Farmer's Share</i> (Rp/kg)	11.000	223,62	9.300	78,39	9.300	20,66
Biaya Pemasaran (Rp/kg)						
Transportasi		-	139,56	5,44	186,32	0,52
Tenaga Kerja		-	-	-	450,00	1,26
Penyusutan		-	9,37	0,38	187,85	0,53
Pengemasan	220	3,62	440	17,16	370,00	1,03
Retribusi		-	29,25	1,14	74,83	0,21
Sub Total I	220	3,62	618,54	24,13	1.269,00	3,55
Keuntungan Lembaga Pemasaran (Rp/kg)						
Petani	5.861	96,38	-	-	-	-
Pengepul	-	-	880,74	34,35	524,98	1,47
Pedagang Besar	-	-	-	-	931,98	2,61
Pengecer	-	-	1.064,36	41,52	-	-
Pengolahan	-	-	-	-	32.974	92,36
Sub Total II	-	-	1.945,10	75,87	34.431	96,45
Total Margin	6.081	100,00	2.563,64	100,00	35.700	100,00

Sumber : Data primer diolah, 2019

a. *Farmer's Share*

Berdasarkan Tabel 6 *farmer's share* pada saluran I yakni Rp11.000,00 per kg atau sebesar 223,62 persen karena pada saluran I petani melakukan pemasaran secara langsung ke konsumen tanpa adanya campur tangan lembaga pemasaran. Pada saluran II *farmer's share* sebesar 78,39% atau Rp9300,00 per kg, sedangkan pada saluran III *farmer's share* hanya sebesar 20,66 % dengan harga jual Rp9300,00 per kg. Dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran yang paling menguntungkan petani jamur tiram adalah saluran pemasaran I karena pada saluran tersebut petani dapat mengambil keputusan sendiri dalam memasarkan jamur tiram. Hal tersebut sejalan dengan hipotesis dan temuan (Muslim dan Valeriana, 2012).

b. Persentase Biaya

Persentase biaya diperoleh dengan cara membandingkan biaya lembaga pemasaran dengan harga ditingkat produsen yang dikurangi dengan harga ditingkat konsumen. Pemasaran jamur tiram dari petani sampai ke konsumen memerlukan adanya berbagai biaya. Biaya pemasaran jamur tiram di Kabupaten

Purbalingga meliputi biaya transportasi, biaya tenaga kerja, biaya penyusutan, biaya pengemasan dan biaya retribusi. Tabel 6 menunjukkan bahwa biaya pemasaran paling besar dikeluarkan oleh saluran II dengan dua lembaga pemasaran yang meliputi pengepul desa dan pengecer dengan persentase sebesar 24,13% dari total margin.

c. **Persentase Keuntungan**

Keuntungan lembaga pemasaran merupakan salah satu bagian dari margin yang diperoleh dengan cara membandingkan keuntungan lembaga pemasaran dengan harga ditingkat produsen yang dikurangi dengan harga ditingkat konsumen. Sesuai dengan Tabel 6 keuntungan yang paling besar diterima oleh saluran III dibandingkan dengan saluran pemasaran yang lain dengan total keuntungan sebesar Rp34.431,00 dan persentase sebesar 96,45% dari total margin yang ada.

4. Efisiensi Pemasaran Jamur Tiram

Analisis efisiensi pemasaran pada jamur tiram di Kabupaten Purbalingga menggunakan analisis operasional. Indeks efisiensi operasional merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengetahui seberapa efisien pemasaran jamur dari petani hingga sampai ke konsumen yang meliputi indeks efisiensi teknis dan indeks efisiensi ekonomis (Calkins and Humeiwang dalam Istiyanti, 2010).

a. **Indeks Efisiensi Teknis**

Efisiensi teknis bertujuan untuk mengurangi biaya dari input agar pemasaran jamur tiram di Kabupaten Purbalingga semakin efisien. Efisiensi teknis dapat diperoleh dengan membandingkan biaya pemasaran, berat akhir dan jarak angkut. Besar kecilnya indeks efisiensi teknis dapat dilihat dalam Tabel 7.

Tabel 7. Efisiensi Teknis pada Saluran Pemasaran Jamur Tiram di Kabupaten Purbalingga Tahun 2019

Saluran Pemasaran	Biaya Pemasaran (Vij)	Berat Akhir (Wij)	Jarak Angkut (dij)	Efisiensi Teknis (IET)
Saluran I	220	1	0	0
Saluran II	618,54	92,77	1,35	8,02
Saluran III	1.269,00	104,85	1,20	10,08

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 7 saluran I merupakan saluran dengan indeks efisiensi teknis yang sangat kecil dari saluran pemasaran yang lain yaitu sebesar 0 dikarenakan jarak angkut yang dikeluarkan pada saluran I tidak ada sama sekali karena semua konsumen yang menemui langsung ke petani untuk membeli jamur tiram.

b. **Indeks Efisiensi Ekonomis**

Efisiensi ekonomis berkaitan dengan efektifitas dalam kegiatan fungsi pemasaran dilihat dari segi keuntungan dan biaya masing-masing pola pemasaran. Efisiensi ekonomis dapat diperoleh dengan cara membandingkan jumlah

keuntungan dengan biaya pemasaran. Tabel 8 menunjukkan efisiensi ekonomis pada saluran pemasaran jamur tiram yang ada di Kabupaten Purbalingga.

Tabel 8. Efisiensi Ekonomis pada Saluran Pemasaran Jamur Tiram di Kabupaten Purbalingga Tahun 2019

Saluran Pemasaran	Jumlah Keuntungan	Biaya Pemasaran (Vij)	Efisiensi Ekonomis (IEE)
Saluran I	5.861	220	26,64
Saluran II	1.945,10	618,54	3,14
Saluran III	34.431	1.269,00	27,13

Sumber : Data primer diolah, 2019

Tabel 8 menunjukkan bahwa indeks efisiensi ekonomis paling besar terdapat pada saluran III yaitu sebesar 27,13 hal itu dikarenakan pada pemasaran saluran III lembaga pemasaran produsen pengolahan tidak menjual jamur dalam bentuk sayur asli akan tetapi melalui proses pengolahan dimana satu kg jamur diolah menjadi 45 tusuk sate jamur dengan harga per tusuk Rp1000,00. Calkins dan Humeiwang dalam Mahatma dan Farid (2013) berpendapat bahwa semakin besar tingkat indeks efisiensi ekonomis pada saluran pemasaran maka akan semakin efisien secara ekonomis saluran pemasaran tersebut. Pernyataan tersebut diperkuat oleh hasil penelitiannya, yaitu indeks efisiensi ekonomis sebesar 0,63 ada pada saluran pertama yang memasarkan rumput laut ke eksportir dibandingkan memasarkan ke pengolahan dengan indeks efisiensi ekonomis sebesar 0,15. Dapat dikatakan bahwa saluran I pemasaran jamur tiram di Kabupaten Purbalingga efisien secara teknis dan saluran III efisien secara ekonomis. Hal ini sejalan dengan hipotesis dan temuan Mahatma dan Farid (2013).

KESIMPULAN

1. Terdapat tiga saluran pemasaran jamur tiram di Kabupaten Purbalingga yakni saluran pemasaran I (petani-konsumen), saluran pemasaran II (petani-pedagang pengepul-pedagang pengecer-konsumen), dan saluran pemasaran III (petani-pengepul desa-pedagang besar-produsen pengolahan-konsumen). Masing-masing saluran pemasaran jamur tiram memiliki margin yang berbeda-beda. Margin yang diterima saluran pemasaran II merupakan margin pemasaran terkecil dibandingkan dengan margin pemasaran saluran I dan II sedangkan pada segi biaya pemasaran, dapat disimpulkan bahwa saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang mengeluarkan biaya pemasaran terkecil dibandingkan saluran pemasaran II dan III.
2. Rata-rata pendapatan yang diterima petani adalah sebesar Rp6.905.008,00 per bulan dengan rata-rata skala usaha sebanyak 6.489 log.
3. Saluran pemasaran jamur tiram di Kabupaten Purbalingga memiliki *farmer's share* yang berbeda-beda. Saluran pemasaran I memiliki *farmer's share* yang lebih besar dibandingkan dengan *farmer's share* pada saluran II dan III.

4. Efisiensi pemasaran jamur tiram di Kabupaten Purbalingga secara indeks efisiensi teknis saluran yang efisien adalah saluran pemasaran I sedangkan secara indeks efisiensi ekonomis saluran yang efisien adalah saluran pemasaran III.

Berdasarkan kesimpulan di atas, ada beberapa rekomendasi yang bisa peneliti berikan:

1. Penelitian ini menemukan bahwa semakin pendek saluran pemasaran maka *farmer's share* yang ada semakin besar. Dalam penelitian ini sebaiknya petani berupaya untuk memperpendek saluran pemasaran dengan memasukan aspek teknologi informasi dalam pemasarannya.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan, peneliti melakukan penelitian mengenai komoditas atau daerah lain dengan harapan mampu memberikan temuan baru dan menjadi bahan perbandingan dengan penelitian yang sejenis.
3. Pemerintah daerah perlu secara aktif memberikan edukasi, fasilitas dan pengembangan lebih lanjut mengenai pemasaran jamur tiram di Kabupaten Purbalingga agar saluran pemasaran diperpendek dan menghasilkan saluran pemasaran yang lebih efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zaenal, Nuddin Harahab & Lina Asmarawati. (2017). *Pemasaran Hasil Perikanan Edisi Pertama*. Malang: UB Press.
- Algifari. (1997). *Analisis Statistik Untuk Bisnis dengan Regresi, Kolerasi dan Non Parametrik Algifari Edisi Pertama*. Yogyakarta: STIE-YKPN.
- Anindita, Ratya & Nur Baladina. (2017). *Pemasaran Produk Petanian Edisi Pertama*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Anita, Ani Muani & Adi Suyatno. (2012). Analisis Efisiensi Pemasaran Jeruk Siam Di Kecamatan Tebas Kabupaten Sambas. *Jurnal Sains Mahasiswa Pertanian*. 01. 22-31.
- Annisa. R, S. Marzuki & W. Roessali. (2015). Analisis Pola Saluran Pemasaran dan Margin serta Efisiensi Pemasaran Ayam Broiler Pada Sistem Kemitraan di Kabupaten Grobogan. *Animal Agriculture Journal*. 4(1): 144-148
- Aparna, B., C.V. Hanumanthaiah. (2012). Are Supermarket Supply Channels More Efficient than Traditional Market Channels. *Agricultural Economics Research Review*. 25(2): 309-316.
- Cahyono, Bambang. (2010). *Budidaya Ikan Air Tawar; Ikan Gurami, Ikan Nila, Ikan Mas Edisi Kesembilan*. Yogyakarta: Kanisius
- Calkins, P.H., dan Humeiwang. (1978). "Improving the marketing of Perishable Commodities : A case Study of Selected Vegetables In Taiwans". *Technical Bulletin No 9*. Asian Vegetable Research and Development Center. Sanhua. Taiwan. ROC.
- Dastagiri, M.B, Ramesh Chand, T.K. Immanuelaj, C.V. Hanumanthaiah, P. Paramsivam, R. S. Sidhu, M. Sudha, Subhasis Mandal, Basantha Singh, Khem Chand, B. Ganesh Kumar. (2013). Indian Vegetables; Production, Trends, Marketing Efficiency and Export Competitiveness. *American Journal of Agriculture And Forestry*. 1 (1), 1-11. DOI 10.11648/j.ajaf. 20130101. 11.

- Ghorbani, M. (2008). The Efficiency of Saffron's Marketing Channel in Iran. *World Applied Sciences Journal*. 4 (4). 523-527.
- Hanafie, Rita. (2010). *Pengantar Ekonomi Pertanian Edisi Pertama*. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Irawan, Suparmoko. (2002). *Ekonomika Pembangunan Edisi Keenam*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Istiyanti, Eni. (2010). Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Keriting di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman. *Jurnal Pertanian MAPETA*. 21(2): 72-144.
- Laksana, Fajar. (2008). *Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis Edisi Peryama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lamb, Hair & Carl McDaniel. (2009). *Essential of Marketing 6e (7th ed)*. Natorp Boulevard: Neil Marquardt.
- Mahatma, Erizal & Miftah Farid. (2013). Daya Saing Saluran Pemasaran Rumput Laut: Kasus Kabupaten Jeneponto, Sulawesi Selatan. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*. 07(1): 55-72.
- McCalley, Rusell W. (1996). *Marketing Channel Management; People, Products, Programs, and Markets (1st ed)*. 88 Post Road West: Praeger Publisher
- Muchtadi, Sugiyono & Fitriyono Ayustaningwarno. (2013). *Ilmu Pengetahuan Bahan Pangan Edisi Keempat*. Bandung: ALFABETA.
- Nadir, Marhamah, dkk. (2018). *Senarai Penelitian Regenerasi Sektor Pertanian : SDM, Socioagrotechnoecoy Edisi Pertama*. Sleman: Deepublish
- Prentice, Barry E & Darren Prokop. (2016). *Concept of Transportation Economic*. 57 Shelton Street, Convent Garden, London WC2H 9HE: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd
- Oladapo, M.O, S. Momoh, S.Yusuf & Y.Awoyinka. (2007). Marketing Margin and Spatial Pricing Efficiency of Pineapple in Nigeria. *Asian Jurnal Marketing*. 1(1). 14-22. DOI 10. 3923/ajm.2007.14.22.
- Rahman, Dedi, Elwamendri & Yusma Damayanti. (2014). Analisis Tata Niaga Pinang (Areca Catechu. L) Pada Pasar Produsen Di Kecamatan Muara Sabak Timur Kabupaten Tanjung Jabung Timur. *Jurnal Ilmiah Sosio-Ekonomika Bisnis*. 40. 212-217.
- Rezekiah, Arfa Agustina, Muhammad Helmi & Lolyta. (2013). Analisis Saluran Pemasaran Kulit Kayu Manis (Cinnamomum burmannii) di Kecamatan Loksado Kalimantan Selatan. *Jurnal Hutan Tropis*. 1 (3). 257-263
- Samadi, Budi. (2011). *Kentang dan Analisis Usaha Tani Edisi Kelima*. Yogyakarta: Kanisius
- Subandriyo. (2016). *Pengaruh Kebijakan Pemerintah terhadap Pendapatan Petani Kakao di Kabupaten Jayapura Edisi Pertama*. Yogyakarta: Deepublish
- Sudiyono, Armand. (2004). *Pemasaran Pertanian Edisi Kedua*. Malang: UMM Press
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Bisnis Edisi Kesembilan*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2014). *Statistika Untuk Penelitian Edisi Keenam*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, Sadono. (2013). *Mikroekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Supranto. (2000). *Teknik Sampling Untuk Survei Eksperimen Edisi Ketiga*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Suratiyah, Ken. (2006). *Ilmu Usaha Tani Edisi Revisi*. Jakarta: Swadaya.
- Swarjana, I Ketut. (2016). *Statistik Kesehatan Edisi Pertama*. Yogyakarta: C.V Andi Offset

- Wiardani. (2010). *Budidaya Jamur Konsumsi; Menangguk Untung dari Budi Daya Jamur Tiram dan Kuping Edisi Pertama*. Yogyakarta: Lily Publisher
- Yogi & Sudrajati Ratnanigtyas (2012). *Pengantar Ekonomi Pertanian Edisi Pertama*. Bandung: ITB Press
- Zuraida & Yayuk Minta Wahyuningsih. (2015). Efisiensi Pemasaran Kacang Tanah (*Arachis hypogaeae L*) Di Kelurahan Landasan Ulin Tengah Kecamatan Landasan Ulin Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan. *Ziraa'ah Majalah Ilmiah Pertanian*. 40 (3). 212-217