



Analisis Efisiensi Pemasaran Jamur Tiram (Studi Kasus PT. Timur Mushroom Farm Di Desa Kuajang Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar)

Yasti A. Mony, Muh. Arman Yamin Pagala, Hasanuddin Kandatong
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Al Asyariah Mandar

Email: yastiamony08052000@gmail.com

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola saluran pemasaran, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran jamur tiram pada PT. Timur Mushroom Farm di Desa Kuajang Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis saluran pemasaran, analisis margin pemasaran, dan analisis efisiensi pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada dua pola saluran pemasaran jamur tiram pada PT. Timur Mushroom Farm yang dimana saluran pemasaran pertama dari pelaku usaha langsung ke konsumen akhir, dan pola saluran pemasaran kedua yaitu dari petani ke pedagang pengecer kemudian ke konsumen akhir. Margin pemasaran pada saluran pemasaran pertama sebesar Rp0,-, sedangkan pada saluran pemasaran kedua sebesar Rp5.000,-. Nilai efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran I sebesar 2,85% dan saluran pemasaran II sebesar 4,85%, dikatakan efisien karena <33%.

Keywords : Saluran, Margin, Efisien, Jamur Tiram

Article history:

Received:: 20/07/2024

Revised : 20/07/2024

Accepted : 31/08/2024

Pendahuluan

Tanaman Hortikultura merupakan salah satu cabang dari sub sektor pertanian yang terdiri atas buah-buahan, sayuran, tanaman hias dan tanaman obat-obatan. Produk yang dihasilkan dari tanaman Hortikultura dapat menjadi produk unggulan yang mampu meningkatkan kesejahteraan petani di Indonesia karena mempunyai potensi serta peluang untuk dikembangkan (Pitaloka, D., 2017). Jamur merupakan salah satu tanaman Hortikultura yang dapat dibudidayakan, serta memiliki potensi untuk dikembangkan di wilayah Indonesia (Puspitasari, 2017). Jamur terdiri dari dua jenis yaitu jamur pangan (*edible*) dan jamur non-pangan (*non-edible*). Jamur pangan atau juga dikenal dengan jamur konsumsi merupakan jamur yang memiliki cita rasa dan nilai gizi yang tinggi sehingga dapat diterima oleh masyarakat. Di dunia dikenal 600 jenis jamur yang dapat dikonsumsi manusia. Namun, baru 200 jamur yang dikonsumsi dan 35 jenis diantaranya telah dibudidayakan secara komersial. Proses budidaya jamur tidak terlalu rumit. Segmentasi pasarnya juga luas karena harganya yang terjangkau (Pratiwi, 2010). Salah satu jenis jamur yang dapat dikonsumsi adalah jamur tiram. Jamur tiram pertama kali dibudidayakan oleh Flank di Jerman pada tahun 1917 (Adebayo, Elijah Adegoke & Oloke, 2017). Jamur tiram merupakan tanaman Hortikultura yang mempunyai banyak khasiat bagi tubuh manusia, karena memiliki banyak kandungan gizi. Egra *et al.* (2019), menyatakan bahwa dalam 100gram jamur tiram mengandung protein (19-35%) yang terdiri dari 9 asam amino, lemak (1,7-2,2%) dan 72% adalah asam lemak tak jenuh, karbohidrat, vitamin B (thiamin, riboflavin, dan

niacin), vitamin D dan vitamin C, mineral (K, P, Na, Ca, Mg, Zn, Fe, Mn, Co, dan Pb), serta kadar unsur mikro logam yang sangat rendah sehingga aman dikonsumsi setiap hari. Oleh karena itu, jamur tiram tidak hanya sebagai makanan tetapi juga dapat menjadi obat.

Salah satu usaha jamur tiram yang ada di Kota Polewali Mandar terdapat di Desa Kuajang, Kecamatan Binuang yang dimana terdapat satu pengusaha jamur tiram yang memiliki luas kumbung yang ada yaitu panjang 7 meter, lebar 4 meter, dan tinggi 2,5 meter. Pemasaran jamur tiram ini tidak hanya di daerah Polewali Mandar saja, tetapi juga telah dipasarkan di luar Polewali Mandar. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis efisiensi pemasaran jamur tiram yang ada di PT. Timur Mushroom Farm dengan melihat pola saluran pemasaran jamur tiram dan menganalisis margin pemasaran untuk mengetahui efisiensi pemasaran jamur tiram pada usaha tersebut.

Sugiyono (2015: 335) menyatakan bahwa analisis adalah kegiatan untuk mencari pola, atau cara berpikir yang berkaitan dengan pengujian secara sistematis terhadap sesuatu untuk menentukan bagian, hubungan antar bagian, serta hubungannya dengan keseluruhan. Mahmudi (2019) menyatakan bahwa efisiensi merupakan perbandingan antara output dengan input atau dengan istilah lain output per unit input. Suatu organisasi, program, atau kegiatan dikatakan efisien apabila mampu menghasilkan output tertentu dengan input serendah-rendahnya, atau dengan input tertentu mampu menghasilkan output sebesar-besarnya (*spending well*). Mardiasmo (2009) menyatakan bahwa efisiensi yaitu pencapaian output yang maksimum dengan input tertentu



atau penggunaan input yang terendah untuk mencapai output tertentu. Efisiensi merupakan perbandingan output/input yang dikaitkan dengan standar kinerja atau target yang telah ditetapkan.

Efisiensi merupakan ukuran keberhasilan suatu kegiatan yang dinilai berdasarkan besarnya sumber daya yang digunakan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Suatu kegiatan dapat dikatakan efisien jika ada perbaikan dalam proses, misalnya menjadi lebih cepat atau lebih murah (Syam, 2020). Philip Kotler menyatakan bahwa definisi pemasaran adalah sebagai proses sosial yang dilakukan oleh seseorang ataupun kelompok untuk memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk yang bernilai dengan yang lainnya. Pemasaran adalah sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang untuk memuaskan keinginan dan jasa, baik kepada konsumen saat ini maupun konsumen potensial (Priansa, 2017). Melydrum dalam Sudaryono 2016 menyatakan bahwa definisi pemasaran adalah proses bisnis yang berusaha menyelaraskan antara sumber daya manusia, finansial dan fisik organisasi dengan kebutuhan dan para pelanggan dalam konteks strategi kompetitif. "Pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen (*American Marketing Association* dalam Assauri, 2017)."

Jamur tiram memiliki morfologi yaitu tubuh buah yang tumbuh mekar dan membentuk corong dangkal seperti cangkang. Jamur tiram (*Oyster mushroom*) memiliki tudung menyerupai tiram. Bagian atas jamur berbentuk lebih lebar dan bagian bawah jamur agak runcing dan berbentuk seperti lidah. Tudung yang terdapat pada jamur tiram pada umumnya berdiameter 5-30 cm, sedangkan bagian bawah tudung jamur tiram berbentuk lapisan seperti insang yang disebut dengan *gills*. *Gills* memiliki warna keputih-putihan atau abu-abu. Tangkai jamur tiram yang melekat pada tudung jamur biasanya tidak berada tepat di tengah tudung melainkan menyamping (Achmad *et al.*, 2011). Jamur tiram pada dasarnya memiliki tiga bagian yang berbeda yaitu cangkang berdaging (*pileus*), tangkai lateral (*stipe*) dan pada punggung tudung terdapat alur-alur panjang dibawah *pileus* yang disebut dengan insang (*lamella*). Insang membentang dari tepi tudung hingga ke tangkai jamur dan mengandung spora. Spora yang terdapat pada jamur tiram bertekstur halus. Miselium jamur tiram memiliki warna putih bersih (Chaudhary dan John, 2017). Usaha budidaya jamur tiram memiliki prospek bisnis yang baik, karena jamur tiram merupakan salah satu jenis jamur konsumsi yang banyak diminati. Kandungan gizi dan berbagai macam vitamin yang terdapat didalamnya dimanfaatkan masyarakat sebagai bahan makanan sehat dengan cita rasa yang nikmat. Penampilannya yang putih bersih dan menarik menjadi daya tarik tersendiri. Hal inilah yang membuat kebutuhan pasar jamur tiram setiap harinya

menunjukkan peningkatan yang sangat tajam. Harga jualnya stabil dan cara budi dayanya mudah (Wijoyo, 2011).

Permintaan pasar jamur tiram yang selalu tinggi ini memudahkan para pembudidaya memasarkan hasil produksi jamur tiram. Bahan baku yang dibutuhkan tergolong bahan yang murah dan mudah diperoleh seperti serbuk gergaji, dedak, dan kapur, sementara dalam proses budidayanya sendiri tidak membutuhkan pestisida atau bahan kimia lainnya. Dan usaha ini membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang berada di sekitar pertanian jamur tiram (Pratiwi, 2010). Kotler dan Armstrong (2008) menyatakan bahwa saluran pemasaran (saluran distribusi) adalah sekelompok organisasi yang saling tergantung yang membantu membuat produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Perusahaan dapat merancang saluran distribusi mereka untuk membuat produk dan jasa tersedia bagi pelanggan dengan cara yang berbeda. Masing-masing lapisan perantara pemasaran yang melakukan sejumlah pekerjaan dalam membawa produk dan kepemilikannya lebih dekat kepada pembeli akhir adalah tingkat saluran (*channel level*). Karena produsen dan konsumen akhir sama-sama melakukan sejumlah pekerjaan, mereka menjadi bagian dari semua saluran. Ada beberapa saluran distribusi yang dapat digunakan untuk menyalurkan barang baik melalui perantara maupun langsung ke konsumen. Perantara adalah lembaga bisnis yang berorientasi diantara produsen dan konsumen. Perantara ini mempunyai fungsi yang hamper sama, yang berbeda hanya status kepemilikan barang serta skala penjualan (Sunnyoto, 2015).

Margin pemasaran menunjukkan perbedaan harga atau selisih harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima oleh petani. Emhar *et al.* (2014) dalam Abdul Farid (2024) menyatakan bahwa margin pemasaran merupakan bagian biaya yang dibayarkan dan pendapatan yang diterima oleh setiap mata rantai yang terlibat dalam proses rantai pasokan. Komponen margin pemasaran terdiri dari biaya-biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dalam menjalankan fungsi pemasaran dan keuntungan yang ingin diperoleh oleh lembaga pemasaran, sehingga besarnya margin pemasaran pada dasarnya merupakan penjumlahan antara biaya-biaya dan keuntungan yang diterima lembaga pemasaran (Manggopa, 2013). Suatu sistem distribusi dikatakan efisiensi jika besarnya tingkat margin pemasaran bernilai kurang dari 50% dari tingkat harga yang dibayarkan konsumen (Manggopa, 2013). Asmarantaka (2014) menyatakan bahwa indikator efisiensi pemasaran produk agribisnis (pangan dan serat) dapat dikelompokkan ke dalam dua jenis (Purcell 1979; Kohls dan Uhl 2002) yaitu efisiensi operasional dan efisiensi harga.

Kerangka Pikir Penelitian

Jamur tiram merupakan tanaman hortikultura yang mempunyai banyak khasiat bagi tubuh manusia, karena memiliki banyak kandungan gizi. Jamur tiram mempunyai



peluang usaha yang cukup baik dan cukup banyak diminati oleh masyarakat karena dapat dikonsumsi setiap hari tidak hanya sebagai makanan tetapi juga dapat menjadi obat. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis efisiensi pemasaran jamur tiram pada PT. Timur Mushroom Farm. Pemasaran jamur tiram dari tingkat petani hingga tingkat konsumen tentu akan melibatkan beberapa lembaga pemasaran. Dengan banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran, kemudian akan menyebabkan meningkatnya biaya pemasaran dan keuntungan dari masing-masing lembaga pemasaran. Hasil produksi kemudian disalurkan kepada konsumen melalui saluran pemasaran, baik itu dari pedagang langsung ke konsumen maupun melalui proses lembaga pemasaran hingga sampai ke konsumen. Hal ini menyebabkan terjadinya perbedaan margin pemasaran yang berdampak pada efisiensi pemasaran jamur tiram.

Metode

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Timur Mushroom Farm di Desa Kuajang, Kecamatan Binuang, Kabupaten Polewali Mandar selama 3 bulan yang dimulai pada bulan Mei 2023 hingga Juli 2023. Dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan metode analisis kuantitatif menggunakan perhitungan margin pemasaran dan efisiensi pemasaran pada usaha jamur tiram di PT. Timur Mushroom Farm di Desa Kuajang, Kecamatan Binuang. Metode pengumpulan data yang berkaitan dengan tujuan penelitian dilakukan dengan menggunakan beberapa metode sebagai berikut Pengamatan (observasi) teknik ini dilakukan untuk melakukan pengamatan langsung ke lokasi penelitian sehingga dapat menggambarkan informasi objek yang diteliti. Wawancara (interview) teknik ini dilakukan untuk memperoleh informasi dengan mengajukan secara langsung pertanyaan kepada narasumber baik itu pemilik usaha dan karyawan maupun masyarakat yang terlibat di dalamnya yang sudah disiapkan sebelumnya, kemudian jawaban tersebut dicatat atau direkam menggunakan alat perekam seperti handphone. Kuesioner adalah serangkaian instrumen pertanyaan yang disusun berdasarkan alat ukur variabel penelitian, pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner sangat efisien, responden hanya memilih jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti (Sahir, 2021). Dokumentasi merupakan kegiatan pengambilan gambar yang bertujuan untuk menambah informasi di dalam penelitian. Data Primer, yaitu data yang diperoleh dari responden dengan melakukan wawancara melalui kuesioner atau daftar pertanyaan dengan pemilik usaha. Data Sekunder, yaitu dengan memanfaatkan data atau informasi yang tersedia di lembaga pemerintah atau data-data pendukung terkait dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini penentuan responden akan menggunakan *purposive sampling* atau dikenal dengan cara pengambilan contoh secara sengaja, *purposive sampling method* juga dikenal sebagai teknik yang memiliki tujuan dimana sampel yang diambil yakni yang memiliki ciri-ciri atau kriteria khusus terutama

apabila dilakukan pada orang-orang maka dianggap bahwa orang tersebut memiliki pengetahuan atau informasi yang dibutuhkan oleh peneliti (Rahmadi, 2011). Dalam hal ini Muh. Asri sebagai responden yang merupakan pemilik usaha pada PT. Timur Mushroom Farm Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif menjelaskan tipe saluran pemasaran dan fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh petani dan lembaga pemasaran jamur tiram di Desa Kuajang Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar.

Analisis margin pemasaran, secara matematis formula umum margin pemasaran dirumuskan sebagai berikut (Ulya *et al*, 2007) dalam (Singarimbun 2008)

$$Mp = Pr - Pf$$

Keterangan:

Mp = Margin pemasaran (Rp/kg)

Pr = Harga di tingkat konsumen akhir (Rp/kg)

Pf = Harga di tingkat produsen (Rp/kg)

Analisis efisiensi pemasaran, rumus yang digunakan untuk menghitung efisiensi pemasaran adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Ep = Efisiensi pemasaran (%)

BP = Total Biaya Pemasaran (Rp/kg)

NP = Total Nilai Produk (Rp/kg)

Kriteria efisiensi pemasaran menurut (Soekartawi, 2011) yang digunakan yaitu:

0–33% = Efisien

34–67% = Kurang efisien

68–100% = Tidak efisien

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Usaha PT. Timur Mushroom Farm yang ada di Desa Kuajang merupakan salah satu usaha jamur tiram yang ada di Polewali Mandar. Usaha ini didirikan pada tahun 2018 dan berjalan hingga pada saat ini. Pengembangan usaha ini dipilih atas beberapa pertimbangan diantaranya daya serap pasar yang terus meningkat dan sangat potensial, kebutuhan skill yang tidak begitu tinggi, biaya yang relatif rendah serta tersedianya sarana dan prasarana utama sehingga bantuan yang masuk akan dialokasikan sepenuhnya untuk dana operasional usaha. Salah satu tujuan didirikan usaha jamur tiram ini adalah meningkatkan taraf hidup pendapatan keluarga selaku pemilik usaha. Selain itu, usaha ini juga bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat terkhusus yang berada di sekitar lokasi PT. Timur Mushroom Farm. Dengan adanya usaha ini juga menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar, serta bertujuan untuk menjadikan Desa Kuajang sebagai Kampung Jamur dan objek wisata edukasi. Dalam struktural organisasi ada beberapa tingkatan jabatan yaitu direktur, dan yang menjadi direktur dalam usaha jamur tiram ini ialah Pak Muh. Asri selaku pemilik usaha. Dan selaku wakil



direktur adalah Pak Abdullah. Dan Abd. Azis selaku manajer operasional, kemudian Arif sebagai manajer produksi, manajer keuangan yaitu Fira, dan yang terakhir Jirana Hamid selaku manajer produksi.

Umur adalah lamanya waktu hidup seseorang yaitu terhitung sejak lahir sampai dengan sekarang. Penentuan umur dilakukan dengan menggunakan hitungan tahunan. Umur sangat mempengaruhi kemampuan bekerja dan cara berfikir, sehingga secara langsung akan berpengaruh terhadap pengelolaan usahatani. Karakteristik tenaga kerja berdasarkan umur dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 1. Karakteristik Tenaga Kerja Berdasarkan Umur di PT. Timur Mushroom Farm di Desa Kuajang Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar

No	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	0 – 15	0	0
2	16 – 30	3	50
3	31 – 45	2	33,33
4	46 – 60	1	16,67
Jumlah		6	100

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa kelompok umur dengan rentan 16 sampai dengan 30 tahun merupakan jumlah terbanyak dengan presentase 50% dan jumlah responden terbanyak 3 orang. Selanjutnya, direntan usia 31 sampai dengan 45 tahun dengan presentase 33,33% dengan jumlah responden 2 orang, kemudian dengan rentan tahun 46 sampai dengan 60 dengan presentase 16,67% dengan jumlah responden 1 orang. Umur seseorang menentukan prestasi kerja orang tersebut. Semakin tua tenaga kerja maka daya serap dan daya pemahaman akan inovasi yang baru dengan penerapan yang baru akan dunia pertanian akan sulit untuk diterima. Namun dalam segi tanggung jawab semakin tua umur tenaga kerja tidak akan berpengaruh karena justru semakin berpengalaman. Umur responden merupakan lama responden hidup hingga penelitian dilakukan, umur produktif petani akan mempengaruhi proses adopsi suatu inovasi baru.

Tingkat pendidikan merupakan jumlah tahun mengikuti pendidikan formal yang ditempuh petani pada bangku sekolah. Pendidikan merupakan suatu aspek yang penting, dengan adanya pendidikan yang diikuti oleh seorang maka secara langsung akan mempengaruhi pola pikir dan pengetahuan. Pendidikan juga dapat mengembangkan tingkah laku dan sikap seseorang. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2. Karakteristik Tenaga Kerja Berdasarkan Tingkat Pendidikan di PT. Timur Mushroom Farm di Desa Kuajang Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	SD	0	0
2	SMP	1	16,7
3	SMA	2	33,3
4	Sarjana	3	50
Jumlah		6	100

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa tingkat pendidikan responden bervariasi dari tingkat SMP sampai tingkat sarjana. Tingkat pendidikan responden didominasi oleh tingkat pendidikan sarjana dengan jumlah responden sebanyak 3 orang dengan presentase 50%. Selanjutnya berada ditingkat SMA dengan jumlah responden sebanyak 2 orang dengan presentase 33,3% dan ditingkat SMP sebanyak 1 orang dengan presentase 16,7%.

Hasil

1. Biaya Tenaga Kerja

Usaha Jamur Tiram yaitu PT. Timur Mushroom Farm yang terdapat di Desa Kuajang menggunakan 6 karyawan/tenaga kerja. Upah tenaga kerja yang diberikan sebesar Rp 1.000,- per kilogram. Sehingga total biaya tenaga kerja yang dikeluarkan berdasarkan jumlah hasil produksi yang dihasilkan. Biaya tenaga kerja yang dikeluarkan pada PT. Timur Mushroom Farm selama bulan Mei 2023 sampai dengan Juli 2023 di Desa Kuajang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3 . Biaya Tenaga Kerja Yang Dikeluarkan PT. Timur Mushroom Farm Selama Bulan (Mei 2023-Juli 2023) di Desa Kuajang Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar

No	Periode (bulan)	Jumlah Produksi (kg)	Upah Kerja (Rp/kg)	Nilai Produksi (Rp)
1	Mei	1.005	1.000	1.005.000
2	Juni	1.010	1.000	1.010.000
3	Juli	1.000	1.000	1.000.000
Total		3.015	3.000	3.015.000
Rata-rata/bulan		1005		1.005.000

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan Tabel di atas menunjukkan bahwa biaya tenaga kerja yang paling banyak dibayarkan pada bulan Juni sebanyak Rp 1.010.000,- dikali 6 karyawan menjadi Rp 6.060.000,- karna banyaknya hasil produksi yang diperoleh yaitu sebanyak 1.010 kg. Pada bulan Mei, jumlah biaya tenaga kerja yang dikeluarkan sebanyak Rp 1.005.000,- dikali 6 karyawan menjadi Rp 6.030.000,- dengan hasil produksi sebanyak 1.005 kg, sedangkan pada bulan Juli jumlah biaya tenaga kerja digunakan sebanyak



Rp 1.000.000,- dikali 6 karyawan menjadi Rp6.000.000,- dengan hasil produksi 1.000 kg. Sehingga rata-rata biaya produksi per bulan sebesar Rp 6.030.000,-.

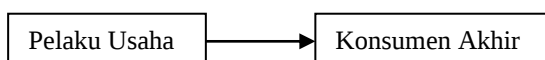
2. Biaya Transportasi

Biaya transportasi mengacu pada biaya yang dikeluarkan dalam proses pemindahan barang, jasa, atau orang dari satu lokasi ke lokasi lain. Biaya transportasi yang dikeluarkan oleh PT. Timur Mushroom Farm untuk pemasaran produk. Pada dasarnya produk dipasarkan dengan cara diantar ke konsumen. Namun, ada juga konsumen yang langsung datang ke tempat usaha PT. Timur Mushroom Farm untuk membeli hasil produksi. pemasaran hasil produksi biasanya diantar ke pedagang pengecer yang ada di Kabupaten Polewali Mandar. Biaya transportasi yang dikeluarkan sebesar Rp 703.500,- pada bulan Mei. Pada bulan Juni biaya transportasi yang dikeluarkan sebesar Rp 707.000,-, sedangkan pada bulan Juli sebesar Rp 700.000,-. Jadi rata-rata biaya transportasi yang dikeluarkan selama tiga bulan sebesar Rp 703.500,-.

3. Saluran Pemasaran

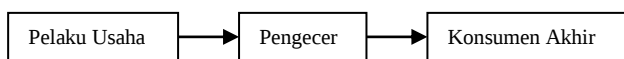
Saluran pemasaran merupakan kegiatan yang dibutuhkan untuk mengalihkan kepemilikan, kepemilikan berupa barang dari titik produksi ke titik konsumsi. Dengan cara ini produk sampai kepengguna akhir atau konsumen dan juga dikenal sebagai saluran distribusi, tentu saja hal ini sangat berguna sebagai alat untuk manajemen dan sangat penting untuk menciptakan strategi pemasaran yang terencana dengan baik. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada pemasaran jamur tiram putih di PT. Timur Mushroom Farm di Desa Kuajang Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar terdapat dua saluran pemasaran.

Saluran Pemasaran I



Dalam proses saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang paling sederhana. Dalam hal ini pelaku usaha jamur tiram menjual hasil produksi langsung ke konsumen akhir tanpa melalui lembaga pemasaran. Produsen atau pelaku usaha menjual hasil produksinya ke warga sekitar tempat usaha.

Saluran Pemasaran II



Pada proses saluran pemasaran II, adalah proses pemasaran yang melibatkan pengecer atau lembaga pemasaran. Dalam hal ini pelaku menjual hasil produksi ke pengecer, setelah itu pengecer menjual ke konsumen akhir. Proses ini dilakukan dengan maksud agar hasil produksi yang ada akan cepat habis dikarenakan pengecer membeli dalam jumlah yang banyak. Tetapi, dalam hal ini biaya yang dikeluarkan pengecer untuk membeli hasil produksi biasanya akan lebih rendah dibanding ketika konsumen akhir membeli langsung ke pelaku usaha.

4. Margin Pemasaran

Margin pemasaran menunjukkan perbedaan harga atau selisih harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima oleh petani. Komponen margin pemasaran terdiri dari biaya-biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dalam menjalankan fungsi pemasaran dan keuntungan yang ingin diperoleh oleh lembaga pemasaran, sehingga besarnya margin pemasaran pada dasarnya merupakan penjumlahan antara biaya-biaya dan keuntungan yang diterima lembaga pemasaran. Komponen biaya dan margin pemasaran dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Margin Pemasaran Jamur Tiram pada Pola Saluran Pemasaran II di PT. Timur Mushroom Farm di Desa Kuajang Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar

Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran I (Rp/Kg)	Saluran Pemasaran II (Rp/Kg)
PELAKU USAHA		
Harga Jual	35.000	30.000
Biaya Pemasaran	1.000	1.700
PEDAGANG PENGECEK		
Harga Beli	-	30.000
Harga Jual	-	35.000
Biaya Pemasaran	-	-
Margin Pemasaran	-	5.000
Keuntungan	-	5.000
KONSUMEN AKHIR		
Harga Beli	35.000	35.000
Total Keuntungan	-	5.000
Total Margin	-	5.000

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan table 4 dapat diketahui bahwa pada saluran I pelaku usaha langsung menjual hasil panen jamur tiram ke konsumen akhir dalam bentuk Kg, dengan biaya pemasaran Rp 1.000,-/Kg yang merupakan biaya tenaga kerja.

Pada saluran pemasaran II biaya yang dikeluarkan pelaku usaha dalam menjual hasil panennya sebesar Rp 1.700,-/Kg yang merupakan biaya tenaga kerja dan biaya transportasi. Harga jual yang diberikan pelaku usaha kepada pedagang pengecer lebih rendah dibanding ketika konsumen akhir langsung yang membeli ke pelaku usaha dikarenakan pedagang pengecer membeli jamur tiram dalam jumlah banyak. Harga yang diberikan pelaku usaha kepada pedagang pengecer yakni Rp 30.000,-/Kg, lebih murah dibanding harga jual ketika menjual langsung ke konsumen akhir. Kemudian pedagang pengecer menjual kepada konsumen akhir dengan harga Rp 35.000,-/Kg. Sebab itu margin pemasaran pedagang pengecer sebesar Rp 5.000,-/Kg, karena adanya perbedaan harga jual pada pelaku usaha dan pedagang pengecer, dan keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer sebesar Rp 5.000,-/Kg.



5. Efisiensi Pemasaran

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran dari setiap lembaga pemasaran, menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Ep = \frac{BP \text{ (Total Biaya Pemasaran)}}{NP \text{ (Total Nilai Produk)}} \times 100\%$$

Semakin kecil presentase yang diperoleh, maka kegiatan pemasaran dapat dikatakan semakin efisien atau kegiatan pemasaran akan lebih efisien apabila total biaya lebih kecil dari nilai produk. Sebaliknya, apabila total biaya lebih besar dari nilai produk maka kegiatan pemasaran tidak efisien. Adapun efisiensi pemasaran jamur tiram putih pada PT. Timur Mushroom Farm di Desa Kuajang Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar dapat diketahui melalui tabel berikut ini:

Tabel 6. Efisiensi Pemasaran Jamur Tiram pada PT. Timur Mushroom Farm di Desa Kuajang Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar

No	Saluran Pemasaran	Biaya Pemasaran (Rp/Kg)	Nilai Produk (Rp/Kg)	Efisiensi (%)
1	I	1.000	35.000	2.85%
2	II	1.700	35.000	4.85%

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 7 di atas dapat diketahui bahwa biaya pemasaran jamur tiram pada masing – masing saluran pemasaran berbeda – beda. Hal ini dipengaruhi oleh lembaga pemasaran yang ikut terlibat dalam kegiatan pemasaran yang ada di Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar. Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat pada saluran pemasaran I efisiensi pemasaran jamur tiram putih sebesar 2.85%. Sedangkan, saluran pemasaran II efisiensi pemasaran jamur tiram putih sebesar 4,85%.

Berdasarkan rumus diketahui bahwa jika efisiensinya 0-33% maka sistem pemasaran jamur tiram pada PT. Timur Mushroom dapat dikatakan efisien, dan jika efisiensinya 34-67% maka sistem pemasaran dikategorikan kurang efisien, dan apabila efisiensinya berada pada angka 68-100% maka sistem pemasaran dikatakan tidak efisien.

Dari perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa tingkat efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran I yaitu 2.85%, berada dibawah 33%, hal ini menunjukkan bahwa saluran pemasaran I efisien. Dan pada saluran pemasaran II nilai efisiensi pemasarannya yaitu 4,85% berada dibawah 33% hal ini menunjukkan bahwa saluran pemasaran II juga efisien. Hal ini sesuai dengan teori pemasaran, bahwa semakin kecil atau sedikit lembaga pemasaran yang dilalui dalam proses pendistribusian suatu produk hingga sampai ke konsumen akhir, maka akan semakin efisien proses pemasaran tersebut (Lubis, 2019).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Analisis Efisiensi Pemasaran Jamur Tiram pada PT. Timur Mushroom di Desa Kuajang Kecamatan Binuang Kabupaten Polewali Mandar, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pola saluran pemasaran pada PT. Timur Mushroom Farm ada dua yaitu, saluran pemasaran I dari pelaku usaha ke konsumen akhir yang memiliki nilai margin Rp 0,- dan saluran pemasaran II dari pelaku usaha ke pengecer lalu ke konsumen akhir dengan nilai margin Rp 5.000,-.
2. Efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran I yaitu 2,85% dan efisiensi pemasaran pada saluran pemasaran II yaitu 4,85%. Jadi berdasarkan hasil tersebut maka tingkat efisiensi pemasaran jamur pada PT. Timur Mushroom Farm yaitu pada saluran pemasaran I dan saluran pemasaran II sudah efisien karena berada <33%.

Daftar Pustaka

- Adebayo, Elijah Adegoke, & Oloke, J. K. (2017). Oyster mushroom (pleurotus species); A natural functional food. *Journal of Microbiology, Biotechnology and Food Sciences*, 7 (3), 254-264. <https://doi.org/10.15414/jmbfs.2017/18.7.3.254-264>.
- Chaudhary, M. M., & John, P. (2017). Morphological and molecular characterization of oyster mushroom (Pleurotus cystidiosus). *Int J Curr Microbiol App Sci*, 6(8), 246-50.
- Egra, S. A. A. T., Kusuma, I. W., Arung, E. T., & Kuspradini, H. A. R. L. I. N. D. A. (2019). The potential of white-oyster mushroom (Pleurotus ostreatus) as antimicrobial and natural antioxidant. *Biofarmasi J. Nat. Prod. Biochem*, 17(1), 14-20.
- Kandatong, H., & Kusmiah, N. (2023). Strategi Pemasaran Jamur Tiram Di Dusun Basseang Kecamatan Anreapi Kabupaten Polewali Mandar. *Jurnal Agroterpadu*, 2(1), 101-106.
- Mahmudi, (2019). Analisis Laporan Keuangan Pemerintah Daerah. Yogyakarta : UPP STIM YKPN, 1-39.
- Pitaloka, D. 2017. Hortikultura: Potensi, Pengembangan dan Tantangan. *Teknologi Terapan*, 01(1): 1-4.
- Pratiwi, P.S. 2010. Usaha Jamur Tiram Skala Rumah Tangga. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Priansa & Donni. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial. CV Pustaka Setia: Bandung.
- Puspitasari, V. D., Prasetyo, E., & Setiyawan, H. (2017). Analisis Efisiensi Ekonomi Penggunaan Faktor-Faktor Produksi Pada Usahatani Jamur Tiram Di Desa Genteng Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang. *Agrisocionomics*
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D, Edisi ketujuh. Bandung: Alfabeta.
- Syam, S (2020). Pengaruh Efektifitas dan Efisiensi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai pada Kantor Kecamatan Banggae Timur. *Jurnal Ilmu Manajemen*.