

## ANALISIS PEMASARAN JAMUR TIRAM PUTIH ORGANIK DI KABUPATEN DELI SERDANG

Yenny Laura Butarbutar\* dan Nurmely Violita Sitorus

Universitas Methodist Indonesia

Jalan Harmonika Baru Tanjung Sari Medan 20132

Telp. (061) 8212162

\*E-mail: [yennylaura23@gmail.com](mailto:yennylaura23@gmail.com)

Diterima: 30/10/2017

Direvisi: 21/11/2017

Disetujui: 31/12/2017

### ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya perbedaan harga jamur tiram putih organik di tingkat konsumen dengan harga yang di tingkat petani serta adanya dugaan peran beberapa pedagang dalam pemasaran jamur tiram putih organik di Kabupaten Deli Serdang. Berdasarkan kondisi tersebut, maka tujuan penelitian: (1) mengidentifikasi saluran pemasaran; (2) menganalisis fungsi-fungsi pemasaran jamur tiram putih organik; (3) menganalisis biaya dan margin pemasaran, serta *share* petani; dan (4) menganalisis efisien atau tidak-nya saluran pemasaran di daerah penelitian. Metode penentuan lokasi penelitian adalah *purposive* di Kabupaten Deli Serdang. Selanjutnya, penentuan sampel penelitian menggunakan metode *snowball sampling*, sehingga jumlah sampel petani 31 orang, pedagang pengumpul kecamatan 1 orang, pedagang pengecer 2 orang, dan pedagang jamur *crispy* 2 orang. Berdasarkan penelitian yang dilakukan diperoleh kesimpulan: (1) Pemasaran jamur tiram putih organik di Kabupaten Deli Serdang terdiri dari 4 saluran pemasaran; (2) Fungsi-fungsi pemasaran jamur tiram putih organik, diantaranya fungsi pembelian, penjualan, transportasi, pengemasan, sortasi, dan pembiayaan; (3) Adapun rincian total biaya, margin pemasaran, serta *share* petani jamur tiram putih organik di Kabupaten Deli Serdang adalah sebagai berikut : Saluran I, total biaya Rp 2081.7; margin pemasaran Rp 10,000; dan *share* petani sebesar 60%. Saluran II, total biaya Rp 2,698.18; margin pemasaran Rp 13,000; dan *share* petani 53.57%. Saluran III, total biaya Rp 56,216.18; margin pemasaran Rp 110,000; dan *share* petani 12%. Saluran IV, total biaya Rp 1,008.07; margin pemasaran sebesar Rp 0; dan *share* petani 100%; (4) Pemasaran jamur tiram putih organik di Kabupaten Deli Serdang untuk saluran I sampai IV efisien (nilai  $E_p < 50\%$ ).

**Kata kunci:** Biaya, efisiensi, fungsi, margin, saluran, *share*

### MARKETING ANALYSIS OF ORGANIC WHITE OYSTER MUSHROOM IN DELI SERDANG DISTRICT

#### ABSTRACT

*The research background is due to the existing difference between the price consumers pay for organic white oyster mushroom with the money farmers receive also the presumption of involvement of several traders in the mushroom trading in Deli Serdang district. Therefore, a research was conducted to achieve several objectives which are: (1) to identify marketing channel; (2) to analyse the functions of marketing; (3) to analyse cost and marketing margin; and (4). to analyse the marketing efficiency of organic white oyster mushroom in the research areas. Location was determined using purposive method in Deli Serdang district. Next, sample was determined by snowball sampling method with limited data availability, farmer's sample size was 31*

people, local trader's was 1 person, retailer's was 2 people and crispy mushroom seller was 2 people. Based on the research conducted, we can conclude: (1) There are 4 marketing channels in organic white oyster mushroom trading in Deli Serdang District; (2) farmers and middleman use marketing functions such as purchasing, selling, transporting, packaging, sorting and financing functions; (3) As for total cost, marketing margin and farmers share in Deli Serdang district respectively are: Channel I, Rp 20,817.7; Rp 10,000 and 60%. Channel II, Rp 2,698.18; Rp 13,000 and 53.57%. Channel III, Rp 56,216.18; Rp 110,000 and 12%. Channel IV, Rp 1,008.07; Rp 0; and 100%. (4) The organic white oyster mushroom marketing in Medan City and Deli Serdang District for channel I - IV are efficient ( $E_p$  value < 50%).

**Keywords:** channel, cost, efficiency, function, margin, share

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Tanaman hortikultura merupakan salah satu subsektor pertanian yang menempati posisi penting dalam memberikan kontribusi bagi perekonomian Indonesia, khususnya tanaman sayuran yang sangat penting bagi kehidupan. Adapun salah satu tanaman sayuran organik yang digemari masyarakat yang sangat baik bagi kesehatan sebagai sumber bahan makanan dan obat-obatan, yaitu tanaman jamur. Beraneka ragam jenis jamur yang telah dibudidayakan seperti jamur *Shiitake*, jamur kuping, jamur tiram, jamur *lingzhi*, jamur merang, dan masih banyak lagi jenis jamur yang telah dikonsumsi (Suriawiria, 1995).

Menurut Pasaribu *et al.*, (2002) hal yang menarik dari budidaya jamur adalah aspek ekonomi yang cerah karena tidak membutuhkan lahan yang luas, media tumbuh berupa limbah industri pertanian yang mudah didapat dan hasil produksi juga mampu bersaing dengan komoditi pertanian lainnya. Selanjutnya, menurut Parjimo dan Andoko, (2009), peluang pasar jamur di dalam negeri ditandai dengan perkembangan produksi jamur di Indonesia yang terus meningkat. Hal ini sejalan dengan populasi penduduk Indonesia yang terus meningkat dan tersebar di beberapa provinsi disertai dengan perkembangan industri pengolahan serta industri pariwisata, maka

peluang pemasaran produk jamur di dalam negeri memberikan prospek yang cerah bagi para pelaku usahatani jamur tiram (Sarina *et al.*, 2012).

Selain dilihat dari segi kesehatan perkembangan prospek usaha jamur tiram cukup menjanjikan dalam hal bisnis. Hal ini dibuktikan dengan semakin berkembangnya bisnis kuliner jamur tiram yang tentunya akan membuka pasar jamur tiram. Banyak sudah masyarakat yang mulai melirik budidaya jamur tiram sebagai kerja sampingan atau bahkan ada yang menjadikannya bisnis utama dalam penyangga perekonomian rumah tangga. Karena jamur tiram mudah untuk dibudidayakan dan media tanamnya banyak tersedia. Selain itu pemasaran jamur tiram biasanya sudah ada jaringannya sendiri. Jadi saat jamur tiram dipanen, sudah ada yang bersiap menampung jamur tiram (Maria, 2012).

Adapun perkembangan sentra produksi jamur tiram putih organik di Indonesia mulai terlihat ada di pulau Sumatera khususnya kabupaten Deli Serdang yang terlihat dari adanya sejumlah petani yang mulai membudidayakan tanaman ini. Kondisi ini tentu saja didukung oleh faktor alam yang sesuai bagi pertumbuhan jamur tiram di kedua daerah ini, sehingga budidaya jamur tiram organik dapat berkembang. Akan tetapi, kondisi alam yang mendukung budidaya jamur tiram putih organik tidak diikuti dengan

pemasaran yang lancar. Hal ini dapat dilihat dari adanya perbedaan harga antara produsen dan konsumen akhir yang signifikan, dimana harga yang harus dibayarkan oleh konsumen relatif lebih mahal, sedangkan harga yang diterima oleh produsen relatif lebih murah. Selain itu, diduga ada keterlibatan beberapa jenis pedagang perantara dalam pemasaran jamur tiram putih organik di daerah penelitian, sehingga menyebabkan saluran pemasaran bervariasi dan bagian (*share*) harga jual yang diterima oleh petani menjadi berkurang.

Berdasarkan kondisi tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pemasaran jamur tiram putih organik di kabupaten Deli Serdang, sehingga dapat diketahui saluran pemasaran yang efisien dan memberikan keuntungan yang lebih adil kepada petani jamur tiram putih organik.

### Permasalahan

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan yang akan diteliti, antara lain :

1. Bagaimana saluran pemasaran jamur tiram putih organik di daerah penelitian?
2. Apa saja fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh petani dan pedagang perantara (*middleman*) jamur tiram putih organik di daerah penelitian?
3. Berapa besar biaya pemasaran, margin pemasaran, dan *share* harga jual dari pemasaran jamur tiram putih organik di daerah penelitian?
4. Apakah saluran pemasaran jamur tiram putih organik di daerah penelitian efisien atau tidak?

### Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian Candra *et al.*, (2014) yang berjudul “Analisis Usahatani dan Pemasaran Jamur Tiram dengan Cara Konvensional dan Jaringan (*Multi Level*

*Marketing*) di Provinsi Lampung” didapatkan hasil bahwa saluran pemasaran jamur tiram di Provinsi Lampung terdiri dari 4 (empat) saluran, antara lain : Saluran I, petani → pedagang pengumpul → konsumen (rumah makan, restoran, dan hotel). Saluran II, petani → pedagang pengumpul → pedagang pengecer → konsumen rumah tangga. Saluran III, petani → pedagang besar → konsumen (rumah makan, restoran, dan hotel). Saluran IV, petani → pedagang besar → pedagang pengecer → konsumen rumah tangga. Selain itu, diketahui pula bahwa petani jamur tiram di Provinsi Lampung melakukan fungsi penjualan, sedangkan pedagang jamur tiram melakukan fungsi pembelian, penjualan, fungsi transportasi, pengemasan, dan fungsi pembiayaan dalam hal upah tenaga kerja.

Berdasarkan penelitian Azmiliana *et al.*, (2016) dengan judul “Analisis Pemasaran Jamur Tiram Putih (*Pleurotus ostreatus*) di Kota Pekanbaru” diketahui bahwa penentuan sampel penelitian menggunakan metode *snowball sampling* dan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 3 (tiga) saluran pemasaran jamur tiram putih yang ada di Kota Pekanbaru, antara lain : Saluran I, petani → konsumen. Saluran II, petani → pengecer → konsumen. Saluran III, petani → pengumpul → pengecer → konsumen. Selanjutnya, fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran jamur tiram putih meliputi fungsi pertukaran, fungsi fisik, dan fungsi fasilitas.

### Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang hendak dicapai, antara lain :

1. Menganalisis saluran pemasaran jamur tiram putih organik di daerah penelitian.
2. Menganalisis fungsi - fungsi pemasaran yang dilakukan oleh petani dan pedagang perantara (*middleman*)

- jamur tiram putih organik di daerah penelitian.
3. Menganalisis besarnya biaya pemasaran, margin pemasaran, dan *share* harga jual dari pemasaran jamur tiram putih organik di daerah penelitian.
  4. Menganalisis efisien atau tidaknya saluran pemasaran jamur tiram putih organik di daerah penelitian.

### Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui saluran pemasaran yang paling efisien dan menguntungkan bagi petani jamur tiram putih organik yang ada di Kota Medan dan Kabupaten Deli Serdang. Selain itu, penelitian ini juga bermanfaat untuk mengetahui pedagang perantara (*middleman*) yang terlibat dalam pemasaran jamur tiram yang mengeluarkan biaya pemasaran paling sedikit maupun mendapatkan *share* harga jual paling tinggi.

### METODE

#### Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Daerah penelitian untuk analisis pemasaran jamur tiram putih organik dipilih secara *purposive*, yaitu di kabupaten Deli Serdang dengan pertimbangan bahwa daerah ini merupakan salah satu sentra produksi jamur tiram putih organik di Provinsi Sumatera Utara yang dibuktikan dengan lokasi para petani pembudidaya yang tersebar di daerah ini. Adapun waktu penelitian dimulai dari bulan April sampai September 2017.

#### Metode Penentuan Sampel

Adapun sampel dalam penelitian ini terdiri dari petani, dan pedagang perantara (*middleman*) jamur tiram putih organik yang ada di kabupaten Deli Serdang. Oleh karena keterbatasan data sekunder mengenai populasi dan lokasi penyebaran

petani dan pedagang jamur tiram putih organik di daerah penelitian, maka digunakan metode *snowball sampling*.

Dimana jumlah sampel petani dan pedagang perantara dalam pemasaran jamur tiram putih organik yang ada di kabupaten Deli Serdang sebanyak 31 orang petani, 1 (satu) orang pedagang pengumpul kecamatan, 2 (dua) orang pedagang pengecer, dan 2 (dua) orang pedagang jamur *crispy*.

Metode analisis data untuk tujuan 1 (satu) dan 2 (dua) menggunakan metode *deskriptif*, yaitu dengan menjelaskan tipe saluran pemasaran dan fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh petani, lembaga pemasaran (pedagang perantara) jamur tiram putih organik di daerah penelitian. Sedangkan metode analisis data untuk tujuan 3 (tiga) dan 4 (empat) menggunakan perhitungan matematis dengan rumus sebagai berikut:

#### A. Margin pemasaran

$$MP = P_r - P_f$$

Keterangan :

MP = Margin Pemasaran

$P_r$  = harga di tingkat pengecer (Rp)

$P_f$  = harga di tingkat produsen (Rp)

#### B. Share Produsen (Petani)

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

Keterangan :

$S_p$  = bagian (*share*) yang diterima produsen (%)

$P_f$  = harga di tingkat produsen (Rp)

$P_r$  = harga di tingkat konsumen akhir atau harga di tingkat pengecer (Rp) (Rahim dan Retno, 2008).

#### C. Efisiensi Pemasaran

Perhitungan tingkat efisiensi pemasaran komoditas pertanian sebagai berikut:

$$EP = \frac{TB}{TNP} \times 100\%$$

Keterangan:

EP = Efisiensi Pemasaran

TB = Total Biaya

TNP = Total Nilai Produk

Kriteria Penilaian :

1. Apabila nilai  $EP < 50\%$ , maka tataniaga semakin efisien.
2. Apabila nilai  $EP \geq 50\%$ , maka tataniaga tidak efisien. (Soekartawi, 2002).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Saluran Pemasaran Jamur Tiram Putih Organik

Saluran pemasaran merupakan serangkaian lembaga pemasaran yang menyelenggarakan kegiatan pemasaran suatu produk/komoditi. Oleh karena itu, berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa saluran pemasaran jamur tiram putih organik di Kabupaten Deli Serdang terdiri dari 4 (empat) saluran pemasaran dengan keterlibatan beberapa pedagang perantara (*middleman*), antara lain pedagang besar, pedagang pengumpul kecamatan, pengecer, dan pedagang jamur *crispy*.

Adapun saluran pemasaran jamur tiram putih organik yang ada di Kabupaten Deli Serdang terdiri dari:

- Saluran I : Petani → Pedagang Pengumpul Kecamatan → Pengecer → Konsumen
- Saluran II : Petani → Pengecer → Konsumen
- Saluran III : Petani → Pedagang Jamur *Crispy* → Konsumen
- Saluran IV : Petani → Konsumen

Berdasarkan keempat jenis saluran pemasaran tersebut dapat diketahui bahwa saluran pemasaran jamur tiram putih organik yang paling panjang adalah saluran I dikarenakan melibatkan 2 (dua) orang pedagang perantara (*middleman*), yaitu pedagang pengumpul kecamatan dan pengecer. Dimana pada saluran pemasaran

I harga jual jamur tiram organik di tingkat petani sebesar Rp 15,000 lalu harga jual di tingkat pedagang pengumpul kecamatan sebesar Rp 21,500 dan harga jual di tingkat pengecer sebesar Rp 25,000. Sedangkan saluran pemasaran jamur tiram putih organik yang paling pendek adalah saluran IV dikarenakan petani langsung menjual jamur kepada konsumen dalam bentuk bahan segar dengan harga jual sebesar Rp 20,000.

### Fungsi-Fungsi Pemasaran Jamur Tiram Putih Organik

Fungsi pemasaran merupakan proses atau kegiatan mengalirkan produk dari produsen ke konsumen akhir yang dilakukan oleh lembaga pemasaran. Adapun fungsi-fungsi pemasaran yang dilakukan oleh lembaga pemasaran jamur tiram putih organik di Kabupaten Deli Serdang dapat dilihat pada Tabel 1.

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa setiap lembaga pemasaran jamur tiram putih organik di Kabupaten Deli Serdang melakukan fungsi penjualan, pengangkutan, pengemasan, dan pembiayaan. Dimana dalam hal fungsi penjualan mulai dari petani, pedagang pengumpul kecamatan, pengecer hingga pedagang jamur *crispy* menjual jamur tiram putih organik setiap hari dalam bentuk bahan segar maupun produk olahan berbentuk makanan. Selanjutnya dalam hal fungsi pengangkutan yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran jamur tiram putih organik di Kabupaten Deli Serdang menunjukkan bahwa lokasi produsen dan pedagang perantara (*middleman*) yang terlibat tidak berada dalam satu kawasan yang dekat. Dimana jenis alat transportasi yang digunakan oleh setiap lembaga pemasaran jamur tiram putih organik di Kabupaten Deli Serdang kebanyakan menggunakan sepeda motor, walaupun sesekali pedagang pengumpul kecamatan menggunakan mobil angkutan milik pribadi pada saat membeli jamur dari petani. Demikian juga dengan fungsi

pengemasan yang dilakukan oleh setiap lembaga pemasaran jamur tiram putih organik menunjukkan bahwa produk yang diperjualbelikan harus dikemas dalam plastik maupun goni untuk menjaga kualitas dan mempermudah proses perpindahan produk dari petani (produsen) hingga ke konsumen.

**Tabel 1.** Fungsi-Fungsi Pemasaran yang Dilakukan Oleh Masing-Masing Lembaga Pemasaran Jamur Tiram Putih Organik di Kabupaten Deli Serdang

Fungsi Pemasaran	Lembaga Pemasaran			
	Petani	Pedagang Pengumpul Kecamatan	Pengecer	Pedagang Jamur <i>Crispy</i>
1. Fungsi Pertukaran				
a. Pembelian	-	√	√	√
b. Penjualan	√	√	√	√
2. Fungsi Fisik				
a. Penyimpanan	-	-	-	-
b. Pengangkutan	√	√	√	√
c. Pengemasan	√	√	√	√
3. Fungsi Fasilitas				
a. Pembiayaan	√	√	√	√
b. Sortasi	√	-	-	-
c. Penanggungan Resiko	-	-	-	-
d. Informasi Pasar	-	-	-	-

**Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran, dan Share Harga Jual Jamur Tiram Putih Organik di Kabupaten Deli Serdang**

**A. Komponen Biaya Pemasaran**

Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran jamur putih organik di Kabupaten Deli Serdang terdiri dari biaya transportasi, sewa lapak, pengemasan, upah tenaga kerja, timbangan, retribusi, dan biaya pengolahan jamur *crispy*. Adapun rincian komponen rata-rata biaya pemasaran tersebut dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Berdasarkan Tabel 2 di atas dapat diketahui bahwa rata-rata biaya pemasaran jamur tiram putih organik saluran I di Kabupaten Deli Serdang paling banyak dikeluarkan oleh petani yaitu sebesar Rp 1,643.45/kg. Hal ini dikarenakan petani melakukan fungsi pengemasan dan

sortasi dengan menggunakan tenaga kerja luar keluarga, sehingga ada biaya pemasaran yang relatif besar harus dikeluarkan oleh petani jamur tiram putih organik. Selanjutnya, rata-rata biaya pemasaran jamur tiram putih organik saluran II di Kabupaten Deli Serdang paling banyak dikeluarkan oleh pengecer yaitu sebesar Rp 1,380.09/kg. Hal ini dikarenakan pengecer melakukan fungsi pengemasan dan pengangkutan serta sewa tempat untuk berjualan di pasar dan membayar retribusi setiap bulan. Demikian juga untuk rata-rata biaya pemasaran jamur tiram putih organik saluran III di Kabupaten Deli Serdang paling banyak dikeluarkan oleh pedagang jamur *crispy* yaitu sebesar Rp 56,598.35/kg dikarenakan adanya tambahan biaya pengolahan yang harus dikeluarkan oleh pedagang jamur *crispy* dalam rangka mengolah jamur tiram menjadi jamur *crispy*.

**Tabel 2.** Komponen Rata-Rata Biaya Pemasaran dari Masing-Masing Pola Saluran Pemasaran Jamur Tiram Putih Organik di Kabupaten Deli Serdang

Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran			
	Saluran I	Saluran II	Saluran III	Saluran IV
1. Petani				
a. Plastik	288,88	322,62	321,37	325,98
b. Tenaga Kerja	1.150,61	814,48	462,07	503,04
c. Transportasi	17,82	126,69	144,23	-
d. Timbangan	186,14	54,3	190,16	179,05
Total Biaya	1.643,45	1.318,09	1.117,83	1.0008,07
2. Pedagang pengumpul kecamatan				
a. Plastik	150,68			
b. Transportasi	212,73			
Total Biaya	363,41			
3. Pengecer				
a. Plastik	-	203,62	-	-
b. Transportasi	-	814,48	-	-
c. Sewa Lapak	39,39	226,24	-	-
d. Retribusi	35,45	135,75	-	-
Total Biaya	74,84	1.380,09	-	-
4. Pedagang jamur <i>crispy</i>				
a. Plastik	-	-	5.666,67	-
b. Transportasi	-	-	532,39	-
c. Sewa lapak	-	-	399,29	-
d. Biaya pengolahan	-	-	48.500	-
Total Biaya	-	-	55.098,35	-

**B. Biaya Pemasaran, Marjin Pemasaran, dan Share Petani**

Nilai margin pemasaran dipengaruhi oleh besarnya biaya pemasaran dan keuntungan yang didapatkan oleh setiap lembaga pemasaran jamur tiram putih organik. Sedangkan *share* petani diartikan

sebagai persentase dari perbandingan harga yang diterima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. Adapun rincian mengenai biaya pemasaran, margin pemasaran, dan *share* petani dalam pemasaran jamur tiram putih organik di Kabupaten Deli Serdang dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

**Tabel 3.** Biaya Pemasaran, Margin Pemasaran, dan *Share* Petani dari Masing-Masing Pola Saluran Pemasaran Jamur Tiram Putih Organik di Kabupaten Deli Serdang

Parameter	I	II	III	IV
Biaya Pemasaran (Rp)	2.018,70	2.698,18	56.216,18	1.008,07
Margin Pemasaran (Rp)	10.000,00	13.000,00	110.000,00	0,00
<i>Share</i> Produsen (%)	60,00	53,57	12,00	100,00

Berdasarkan Tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa total biaya pemasaran jamur tiram putih organik di Kabupaten Deli Serdang terbesar ada pada saluran III (petani-pedagang jamur *crispy*-konsumen) yaitu sebanyak Rp 56,216.18/kg dikarenakan adanya biaya pengolahan bahan baku (jamur tiram putih organik) menjadi produk olahan makanan (jamur *crispy*). Sedangkan total biaya pemasaran paling sedikit ada pada saluran IV (petani → konsumen) yaitu sebanyak Rp 1,008.07/kg dikarenakan biaya pemasaran hanya dikeluarkan oleh petani dan tidak ada keterlibatan pedagang perantara (*middleman*) dalam pemasaran jamur tiram putih organik di Kabupaten Deli Serdang. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Meitasari (2011) yang menyimpulkan bahwa apabila semakin sedikit jumlah lembaga pemasaran usahatani jamur tiram, maka semakin kecil biaya pemasaran yang dikeluarkan.

Selain itu, dari segi margin pemasaran dapat diketahui bahwa margin pemasaran per kg terbesar ada pada saluran III yaitu sebanyak Rp 110,000 dan margin pemasaran terkecil ada pada saluran IV yaitu sebanyak Rp 0. Hal ini dikarenakan harga beli di tingkat konsumen sama besarnya dengan harga jual di tingkat petani jamur tiram putih organik di Kabupaten Deli Serdang. Selanjutnya, dalam hal *share* petani diketahui bahwa

petani jamur tiram putih organik pada saluran I, II, dan III mendapatkan *share* (bagian) dari harga jual lebih sedikit (60%, 53.57% dan 12%) daripada *share* harga jual yang didapatkan oleh petani pada saluran IV pemasaran jamur tiram organik di Kabupaten Deli Serdang, yaitu sebesar 100%.

### Efisiensi Pemasaran Jamur Tiram Putih Organik di Kabupaten Deli Serdang

Saluran pemasaran yang efisien akan tercipta apabila seluruh lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan memperoleh kepuasan dengan aktivitas pemasaran tersebut. Penurunan biaya input dari pelaksanaan pekerjaan tertentu tanpa mengurangi kepuasan konsumen akan output barang dan jasa menunjukkan tingkat efisiensi. Oleh karena itu, dengan kata lain, suatu saluran pemasaran dikatakan efisien apabila dapat dilaksanakan dengan biaya yang paling rendah.

Adapun rincian biaya pemasaran, harga jual atau nilai produk, dan efisiensi pemasaran jamur tiram putih organik di Kabupaten Deli Serdang dapat dilihat pada Tabel 4. Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran IV (petani → konsumen) dengan nilai efisiensi pemasaran sebesar 5.04%.

**Tabel 4.** Efisiensi Pemasaran Jamur Tiram Putih Organik di Kabupaten Deli Serdang

Uraian	Saluran Pemasaran			
	Saluran I	Saluran II	Saluran III	Saluran IV
Biaya Pemasaran	2.081,70	2.698,18	56.216,18	1.008,07
Nilai Produk	25.000,00	28.000,00	125.000,00	20.000,00
Efisiensi Pemasaran	8,33	11,73	44,97	5,04

### SIMPULAN

Pemasaran jamur tiram putih organik di Kabupaten Deli Serdang terdiri dari 4 (empat) saluran dengan melibatkan pedagang pengumpul kecamatan, pedagang pengecer, dan pedagang jamur

*crispy*. Adapun total biaya, margin, dan efisiensi pemasaran terendah ada di saluran IV (petani → konsumen) yaitu sebesar Rp 1,008.07/kg; Rp 0 dan 5.04%. Oleh karena itu, diharapkan adanya upaya untuk membantu petani dalam memasarkan jamur tiram putih yang

dihasilkan dapat langsung dijual kepada konsumen, sehingga keuntungan yang didapatkan lebih besar. Selain itu, diupayakan adanya sosialisasi kepada petani jamur tiram putih organik mengenai proses pengolahan jamur segar menjadi jamur *crispy*, sehingga petani mendapatkan nilai tambah dalam hal pendapatan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Azmiliana, W., E. Tety, Yusmini. 2016. Analisis Pemasaran Jamur Tiram Putih (*Pleurotus ostreatus*) di Kota Pekanbaru. Jom Faperta, Vol. 3 (2): 1 - 10.
- Candra, R., D.A. Hepiana L., S. Situmorang. 2014. Analisis Usahatani dan Pemasaran Jamur Tiram Dengan Cara Konvensional dan Jaringan (*Multi Level Marketing*) di Provinsi Lampung. Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis (JIIA), Vol. 2 (1): 38 – 47.
- Maria, D. 2012. Menjamurnya Kuliner dan Budidaya Jamur, Peluang Bisnis yang Menjanjikan. Jakarta. Kompasiana, 16 Januari 2012.
- Meitasari, Y. 2011. Studi Tata Niaga Jamur Tiram Putih (*Pleurotus ostreatus*) di Kota Samarinda. Jurnal Agribisnis, Vol. 8 (2): 48 – 56. <https://agribisnisfpunjurnal.files.wordpress.com/2012/03/jurnal-vol-8-no-2-yenni.pdf> (diakses pada 30 Mei 2016).
- Parjimo dan A. Andoko. 2009. Budidaya Jamur: Jamur Kuping, Jamur Tiram, Jamur Merang. Agromedia. Jakarta.
- Pasaribu, T., D.R. Permana, E.R. Alda. 2002. Aneka Jamur Unggulan Yang Menembus Pasar. Grasindo. Jakarta.
- Rahim, A. dan D. Retno. 2008. Ekonomika Pertanian: Pengantar, Teori, dan Kasus. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Sarina, Y. Budiman dan Y. Sardi. 2012. Analisis Usahatani Jamur Tiram (Studi Kasus: Desa Walas Marga II Kecamatan Curup Selatan Kabupaten Rejang Lebong). Jurnal Agribisnis Vol. 4 (1). <http://umb.ac.id/faperta/?p=131> (Diakses pada 30 Mei 2016).
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasi. Rajawali Pers. Jakarta.
- Suriawiria, U. 1995. Bioteknologi Perjamuran. Percetakan Angkasa. Bandung.