

ANALISIS EFISIENSI PEMASARAN DAN EFISIENSI USAHA JAMUR TIRAM
DI DESA TAMANSARI KECAMATAN GUNUNG SARI
LOMBOK BARAT

*ANALYSIS OF MARKETING EFFICIENCY AND OYSTER MUSHROOM BUSINESS
EFFICIENCY IN TAMANSARI VILLAGE, GUNUNG SARI DISTRICT
WEST LOMBOK*

Ida Ayu Agung Premari I.U^{1*}, I Ketut Budastra^{2*}, dan I Gusti Lanang Partatanaya^{3*}
Program Studi Agribisnis, Universitas Mataram
**Email Penulis: yayu9190@gmail.com*

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan : (1) Untuk menganalisis efisiensi usaha jamur tiram di Desa Tamansari Kecamatan Gunungsari, (2) Untuk menganalisis efisiensi pemasaran usaha jamur tiram di Desa Tamansari Kecamatan Gunungsari. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif, yaitu metode yang tertuju pada pemecahan masalah yang ada saat sekarang dengan cara mengumpulkan data, menganalisa kemudian menarik kesimpulan dan menyalin dalam bentuk laporan yang sistematis mengenai objek yang diteliti. Metode deskriptif tersebut digunakan untuk menganalisis proses produksi usaha tani dan saluran pemasaran jamur tiram. Penelitian ini dilaksanakan di kecamatan Gunungsari, terdapat 1 desa yang mengusahakan usaha tani jamur tiram yaitu Desa Tamansari yang terdiri dari 14 dusun. Ditetapkan dua dusun sebagai daerah sampel yang dilakukan secara *Purposive Sampling*, dengan pertimbangan bahwa hanya pada kedua dusun tersebut terdapat Usaha jamur tiram. Kedua dusun yaitu Dusun Medas Barat Kokok, dan Dusun Medas Bedugul. Penentuan responden dilakukan secara “*Quota Sampling*” yaitu menetapkan sebanyak 22 orang responden dari total 64 orang yang melakukan budidaya Jamur Tiram di kedua dusun. Penentuan jumlah responden di masing masing dusun dilakukan secara “*Proportionall Sampling*” dengan mengambil sampel sebanyak 11 orang di dusun Medas Barat Kokoq dan 11 orang di dusun Medas Bedugul. . Metode yang digunakan dalam penentuan responden adalah metode *Purposive Sampling*. Teknik *Purposive Sampling* yaitu penentuan sampel yang

diambil secara acak sesuai jumlah responden yang sudah ditentukan dan memenuhi kriteria yang sudah ditentukan oleh pewawancara.

Sedangkan Penentuan lembaga pemasaran dilakukan dengan menggunakan teknik “*snowball sampling*”, yaitu teknik penentuan sampel dengan cara menelusuri rantai pemasaran yang terlibat dimulai dari produsen sampai ketangan konsumen akhir. Berdasarkan jenisnya, data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dan data kualitatif, sedangkan berdasarkan sumbernya ada dua, yaitu data primer dan data sekunder. Analisis data pada penelitian ini yaitu: (1) Analisis Efisiensi Usaha; (2) Analisis Efisiensi Pemasaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Usaha jamur tiram di Desa Tamansari secara ekonomi termasuk efisien atau layak diusahakan. Karena memperoleh hasil R/C ratio sebesar 1,5. (2) Saluran pemasaran pada usaha jamur tiram yang paling efisien adalah saluran pemasaran I yakni dari produsen langsung ke konsumen akhir. Dengan memperoleh farmer share sebesar 100%.

Kata Kunci : Usaha Jamur Tiram, Efisiensi Pemasaran, Efisiensi Usaha

ABSTRACT

This research was carried out with the objectives: (1) To analyze the efficiency of the mushroom business in Tamansari Village, Gunungsari District, (2) To analyze the marketing efficiency of the oyster mushroom business in Tamansari Village, Gunungsari District. This research was conducted using a descriptive method, namely a method that focuses on solving existing problems by collecting data, analyzing then drawing conclusions and transcribing in the form of a systematic report on the object under study. The descriptive method is used to analyze the production process of farming and oyster mushroom marketing channels. This research was carried out in the Gunungsari sub-district, there is 1 village that operates oyster mushroom farming, namely Tamansari Village which consists of 14 hamlets. Two hamlets were determined as sample areas by purposive sampling, with the consideration that only these two hamlets had oyster mushroom businesses. The two hamlets are Medas Barat Kokok Hamlet and Medas Bedugul Hamlet. Determination of respondents was carried out by "Quota Sampling", namely determining as many as 22 respondents out of a total of 64 people who were cultivating Oyster Mushrooms in the two hamlets. Determination of the number of respondents in each hamlet was

carried out by "Proportional Sampling" by taking a sample of 11 people in Medas Barat Kokoq hamlet and 11 people in Medas Bedugul hamlet. . The method used in determining respondents is purposive sampling method. The purposive sampling technique is the determination of samples taken randomly according to the number of respondents who have been determined and meet the criteria that have been determined by the interviewer. While the determination of marketing institutions is carried out using the "snowball sampling" technique, namely the sampling technique by tracing the marketing chain involved starting from the producer to the final consumer. Based on the type, the data in this study are quantitative data and qualitative data, while based on the source there are two, namely primary data and secondary data. Data analysis in this study are: (1) Business Efficiency Analysis; (2) Marketing Efficiency Analysis. The results of this study indicate that (1) the oyster mushroom business in Tamansari Village is economically efficient or feasible. Because it obtained an R/C ratio of 1.5. (2) The most efficient marketing channel for the oyster mushroom business is marketing channel I, namely from producers directly to end consumers. By obtaining a farmer share of 100%.

Keywords: Oyster Mushroom Business, Marketing Efficiency, Business Efficiency

PENDAHULUAN

Pertanian adalah sektor potensial yang berkembang di Indonesia. Pertanian terdiri dari berbagai sub sektor diantaranya subsektor hortikultura, subsektor perikanan, subsektor perkebunan, subsektor tanaman pangan. Sektor pertanian telah memberikan kontribusi yang cukup besar dibandingkan sektor lainnya pada Produk Domestik Bruto Indonesia yang mencapai 12,55 % pada triwulan 1 tahun 2022 (BPS, 2022). Berbagai perkembangan terus terjadi pada sektor pertanian, salah satunya perkembangan pada usahatani yang di lakoni masyarakat. Perkembangan ini dapat dilihat dari makin beragamnya usaha tani yang dilakukan dengan berbagai jenis komoditas yang diusahakan. Salah satu komoditi yang berkembang di Indonesia adalah komoditi jamur. Jenis jamur yang diusahakan pun beraneka ragam, jamur

tiram putih menjadi salah satu jenis jamur yang banyak dibudidayakan di Indonesia. Usahatani jamur tiram berkembang di hampir seluruh daerah di Indonesia termasuk diantaranya Kabupaten Lombok Barat Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Usaha tani jamur tiram di Kabupten Lombok Barat tersebar diberbagai wilayah mulai dari perkotaan hingga ke pedesaan. Minat konsumen yang tinggi terhadap jamur tiram memberikan peluang yang membuat usahatani jamur tiram terus bertumbuh. Desa Tamansari Kecamatan Gunung Sari adalah salah satu di antara berbagai wilayah yang mengusakan budidaya jamur tiram. Usahatani jamur tiram diusahakan di dua dusun di Desa Tamansari. Berikut adalah tabel sebaran dan jumlah masyarakat yang mengusahakan jamur tiram di Desa Taman Sari.

Tabel. 1.1 Sebaran jumlah Masyarakat Yang Mengusahakan Jamur Tiram Di Desa Tamansari

No.	Lokasi	Jumlah Yang Mengusahakan Jamur Tiram
1.	Dusun Medas Barat Kokok	42
2.	Dusun Medas Bedugul	22
Total		64

Sumber: Kantor Desa Tamansari (2022)

Skala produksi masyarakat yang mengusahakan jamur tiram beragam di kedua Dusun. Pelaku usahatani jamur tiram di Desa Tamansari secara umum memasarkan hasil produksi secara langsung pada konsumen dan melibatkan pengepul dan pengecer di pasar. Keterlibatan beberapa pihak dalam pemasaran jamur tiram tentunya memberikan hasil yang beragam pada usahatani jamur tiram yang diusahakan masyarakat di Desa Tamansari. Pelaku usahatani jamur tiram di Desa Taman Sari tentunya berharap usaha yang dilakukan dapat memberikan keuntungan dan memberikan nilai ekonomi yang tinggi bagi mereka. Keberlangsungan usahatani jamur tiram di Desa Taman Sari berkaitan dengan pendapatan dan keuntungan yang didapatkan yang merupakan bagian dari efisiensi usaha serta pembagian atau *share* dan selisih atau margin pemasaran yang merupakan bagian dari efisiensi pemasaran. Kedua aspek tersebut menjadi hal yang penting untuk diteliti mengingat pentingnya keberlangsungan usahatani jamur tiram di Desa Tamansari. Berdasarkan hal tersebut dilakukan penelitian dengan judul “Analisis Efisiensi Pemasaran Dan Efisiensi Usaha Jamur Tiram Di Desa Tamansari Kecamatan Gunungsari Lombok Barat”

Tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk menganalisis efisiensi usaha jamur tiram di Desa Tamansari Kecamatan Gunungsari, (2) untuk menganalisis efisiensi pemasaran usaha jamur tiram di Desa Tamansari Kecamatan Gunungsari.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif, yaitu metode yang tertuju pada pemecahan masalah yang ada saat sekarang dengan cara mengumpulkan data, menganalisa kemudian menarik kesimpulan dan menyalin dalam bentuk laporan yang sistematis mengenai objek yang diteliti (Nazir, 2014.) Metode deskriptif tersebut digunakan untuk menganalisis proses produksi usaha tani dan saluran pemasaran jamur tiram. Penelitian ini dilakukan di 2 Dusun meliputi Dusun Medas Barat Kokok, dan Dusun Medas Bedugul pada Kecamatan Gunungsari. Responden dalam penelitian ini adalah petani/produsen jamur tiram dan pelaku pemasaran yang terlibat dalam pemasaran jamur tiram.

ANALISIS DATA

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Analisis Efisiensi Usaha dan Analisis Efisiensi Pemasaran. Analisis Efisiensi Usaha adalah sebuah analisa dapat di ukur dari ratio atau perbandingan antara output yang dihasilkan dengan input yang digunakan untuk menghasilkannya. Analisis Efisiensi Pemasaran yaitu analisa yang dapat dilakukan dengan menghitung margin keuntungan atau ratio profit margin (RPM) pada setiap lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses pemasaran.

Analisis Efisiensi Usaha

secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Efisiensi Usaha} = R/C \text{ Ratio}$$

Keterangan:

R = Penerimaan Usaha Jamur Tiram (Rp)

C = Biaya Total Usaha Jamur Tiram (Rp)

Analisis Efisiensi Pemasaran

Ratio margin keuntungan adalah perbandingan antara tingkat keuntungan yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran yang bersangkutan. Secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan:

MP = Margin pemasaran

Pr = Harga di tingkat konsumen (Rp)

Pf = Harga di tingkat produsen (Rp)

Untuk menghitung Farmer's share dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$Fs = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan:

Fs = Farmer Share

Pf = Harga di tingkat produsen (Rp)

Pr = Harga di tingkat konsumen (Rp)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan bagian dari suatu penelitian untuk mengetahui kaadan dari setiap responden tersebut, dalam penelitian ini responden terdiri dari petani, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Petani dan Lembaga Pemasaran Jamur Tiram di Desa Tamansari Kecamatan Gunungsari

No	Uraian	Responden			
		Petani		Lembaga Pemasaran	
		Orang	%	Orang	%
1	Jumlah Responden	22	100	8	100
2	Umur:				
	25-34	10	45	3	38
	35-44	7	31	2	24
	45-60	5	24	3	38
3	Pendidikan:				
	TS	2	9	-	-
	TTSD	2	9	-	-
	TSD	7	32	1	12,5
	TTSLTP	2	9	-	-
	TSLTP	1	4,5	3	37,5
	TTSLTA	2	9	-	-
	TSLTA	5	23	4	50
S1	1	4,5	-	-	
4	Kisaran				
	Tanggung:	16	73	5	62,5
	1-2	6	27	3	37,5
5	3-4				
	Pengalaman Berusaha < 10 Tahun	22	100	8	100

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

4.3.1 Umur Responden

Umur responden petani dan lembaga pemasaran jamur tiram di Desa Tamansari Kecamatan Gunungsari pada penelitian ini rata – rata kisaran umur 25 - 60 tahun, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada table 4.3. berikut:

Tabel 4.3 Umur Responden Petani dan Lembaga Pemasaran Usaha Jamur Tiram di Desa Tamansari Tahun 2022.

No.	Kisaran Umur	Responden			
		Petani		Lembaga Pemasaran	
		Org	(%)	Org	(%)
1	25 – 34	10	45	3	38
2	35 – 44	7	31	2	24
3	45 – 60	5	24	3	38
Jumlah		22	100	8	100

Sumber: Data Primer Diolah Tahun 2022

Berdasarkan pada tabel diatas umur responden yang didapatkan di lapangan, responden petani yang terbanyak berumur sekitar 25 – 34 tahun sebanyak 10 orang dengan persentase (45%) . Responden petani yang paling sedikit berumur 35 – 44 tahun sebanyak 7 orang dengan persentase (31%). Umur responden lembaga pemasaran terbanyak kisaran umur 25- 34 tahun sebanyak 5 orang atau (24%) , dan kisaran umur terendah pada lembaga pemasaran umur 35 – 44 sebanyak 2 orang dengan persentase sebesar (24%).

Umur merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan produktifitas dalam melakukan budidaya dan pemasaran. Umur dapat mempengaruhi kemampuan fisik seseorang dalam melakukan aktivitas, serta kemampuan menerima ide – ide baru dan keinginannya dalam melakukan dan mengelola usaha budidaya jamur tiram. Semakin tua umur seseorang maka semakin berkurang produktifnya begitu pula sebaliknya, semakin muda umur seseorang maka semakin produktif mereka dalam menyalurkan ide – ide untuk pengembangan bisnis mereka.

Menurut Simanjuntak (2017), kisaran umur produktif yaitu umur 15 tahun samai 64 tahun merupakan kisaran produktif dan di anggap mampu untuk bekerja, sehingga dapat meningkatkan pendapatannya. Kesimpulan yang didapatkan adalah, umur responden petani dan lembaga pemasaran termasuk dalam kriteria umur produktif untuk seseorang dalam melakukan aktivitasnya, dalam budidaya dan melakukan pemasaran.

4.3.2 Tingkat Pendidikan Responden

Tingkat pendidikan merupakan gambaran secara umum untuk melihat kualitas sumber daya manusia (SDM) yang ada disuatu wilayah. Adapun tingkat pendidikan responden pada petani dan lembaga pemasaran jamur tiram di Desa Tamansari Kecamatan Gunungsari Kabupaten dapat dilihat pada table 4.4. berikut:

Tabel 4.4. Tingkat Pendidikan Responden Petani dan Lembaga Pemasaran Usaha Budidaya Jamur Tiram Di Desa Tamansari Pada Tahun 2022

No.	Tingkat Pendidikan	Responden			
		Petani		Lembaga Pemasaran	
		Org	(%)	Org	(%)
1	TS	2	9	-	-
2	TTSD	2	9	-	-
3	TSD	7	32	1	12,5
4	TSSLTP	2	9	-	-
5	TSLTP	1	4,5	3	37,5
6	TSSLTA	2	9	-	-
7	TSLTA	5	23	4	50
8	S1	1	4,5	-	-

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun2022

Keterangan:

- TS : Tidak Sekolah
- TTSD : Tidak Tamat Sekolah Dasar
- TSD : Tamat Sekolah Dasar
- TSSLTP : Tidak Tamat Sekolah Lanjut Tingkat Pertama
- TSLTP : Tamat Sekolah Lanjut Tingkat Pertama
- TSSLTA : Tidak Tamat Sekolah Lanjut Tingkat Atas
- TSLTA : Tamat Sekolah Lanjut Tingkat Atas
- S1 : Strata Satu

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan yang ditempuh petani dan lembaga pemasaran masih terbilang cukup rendah. Diketahui dari jumlah responden petani tingkat pendidikan tertinggi yaitu Tamatan SD (TSD) dengan jumlah responden 7 orang dengan persentase (32%). Sedangkan pada tingkat pendidikan terendah yaitu Tamat Sekolah Lanjut Tingkat Pertama (TSSLTP) dan Pendidikan S1 sebanyak 1 orang dengan persentase (4,5%). Pada responden Lembaga Pemasaran tingkat pendidikan tertinggi yaitu Tamat Sekolah Lanjut Tingkat Atas (TSLTA) sebanyak 4 orang dengan persentase (50%) sedangkan pendidikan terendah yaitu Tamat Sekolah Dasar (TSD) sebanyak 1 orang dengan persentase (12,5%).

Tingkat Pendidikan mempunyai peran yang sangat besar dalam mempengaruhi adopsi informasi, inovasi dan teknologi, pada umumnya semakin tinggi pendidikan seseorang diharapkan pola pikir semakin maju dan rasional dalam penyesuaian terhadap adanya inovasi – inovasi. Pendidikan merupakan salah satu aspek yang penting dalam pengembangan sumberdaya manusia. Tingkat pendidikan yang

dimaksud dalam penelitian ini adalah tingkat pendidikan formal tertinggi yang ditempuh oleh responden.

Yuliana (2017), Tingkat Pendidikan mempengaruhi proses dalam belajar entah itu dalam belajar formal maupun non formal. Semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin mudah mereka dalam menerima informasi, baik untuk pengembangan budidaya mereka maupun untuk pemasaran produk mereka. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa rata –rata tingkat pendidikan yang dimiliki responden ini dalam kategori rendah.

4.3.3 Jumlah Tanggungan Keluarga

Jumlah tanggungan keluarga responden petani dan lembaga pemasaran jamur tiram di Desa Tamansari Kecamatan Gunungsari dapat dilihat pada tabel 4.5. berikut:

Tabel 4.5. Jumlah Tanggungan Keluarga Responden dan Lembaga Pemasaran Usaha Jamur Tiram di Desa Tamansari Kecamatan Gunungsari Tahun 2022

No	Kisaran Tanggungan	Responden			
		Petani		LembagaPemasaran	
		Orang	(%)	Orang	(%)
1	1-2	16	73	5	62,5
2	3-4	6	27	3	37,5
Jumlah		22	100	8	100

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2022

Jumlah tanggungan keluarga menunjukkan berapa banyak jumlah tanggungan yang di biayai oleh rumah tangga responden. Dari Tabel 4.5. di atas dapat diketahui bahwa jumlah tanggungan keluarga petani tertinggi kisaran 1-2 tanggungan keluarga yaitu 16 orang dengan persentase (73%), dan yang paling rendah kisaran tanggungan keluarga 3-4 yaitu sebanyak 6 orang dengan persentase (27%). Pada lembaga pemasaran kisaran tanggungan yang tertinggi yaitu 1-2 tanggungan sebanyak 5 orang dengan persentase (62,5%) dan yang terendah kisaran tanggungan 3-4 sebanyak 3 orang dengan persentase (37,5%). Hal ini menunjukkan bahwa kisaran tanggungan keluarga termasuk dalam kisaran keluarga kecil , sesuai dengan pendapat Riska (2016) yaitu keluarga dapat dibagi menjadi 3 golongan berdasarkan jumlah tanggungan keluarga yaitu jumlah tanggungan keluarga berkisar antara 1-2 orang tergolong kecil, 3-4 orang tergolong keluarga menengah, dan lebih dari 5 orang tergolong keluarga besar. Jumlah Tanggungan akan berpengaruh terhadap potensi tenaga kerja dalam keluarga yang nantinya dapat digunakan untuk kegiatan usahanya.

Semakin besar tanggungan keluarga maka semakin besar jumlah tenaga kerja yang tersedia begitupula sebaiknya. Serta mencerminkan besarnya biaya yang harus ditanggung oleh suatu rumah tangga.

4.3.4 Pengalaman Berusaha Responden

Pengalaman berusaha responden petani dan lembaga pemasaran usaha jamur tiram di Desa Tamansari Kecamatan Gunungsari. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada Tabel 4.6. Berikut:

Tabel 4.6 Kisaran Pengalaman Berusaha Responden Petani dan Lembaga Pemasaran Usaha Jamur Tiram di Desa Tamansari Kecamatan Gunungsari Tahun 2022

No	Pengalaman Berusaha	Responden			
		Petani		Lembaga Pemasaran	
		Orang	(%)	Orang	(%)
1	1-5	22	100	5	62,5
2	6-10	-	-	2	25
3	10-15	-	-	1	12,5
Jumlah		22	100	8	100

Data Primer Di olah, 2022

Berrdasarkan Tabel 4.6 di atas terlihat bahwa petani responden yang memiliki pengalaman usaha kisaran 1-5 tahun sebanyak 22 orang (100%). Sedangkan untuk lembaga pemasaran responden yang memiliki pengalaman usaha 1-5 tahun sebanyak 5 orang (62,5%), pengalaman usaha 6-10 tahun sebanyak 2 orang (25%), dan responden yang memiliki pengalaman usaha 10-15 tahun sebanyak 1 orang (12,5%). Pengalaman berusaha menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung keberhasilan usahatannya. Lamanya pengalaman berusha dalam penelitian ini adalah seberapa lama responden melakukan kegiatan yang ditekuninya.

4.4 Gambaran Umum Usaha Jamur Tiram

Usaha budidaya jamur tiram di Desa Tamansari dimulai sejak tahun 2018. Awalnya usaha budidaya jamur tiram ini dilakukan secara berkelompok, dengan sistem bagi hasil. Pada tahun 2018 awal mula kelompok budidaya jamur tiram terbentuk dua kelompok, dimana masing-masing anggota kelompok terdiri dari 20 orang. Setelah +_8 bulan sejak melakukan usaha jamur tiram secara berkelompok, masyarakat memilih untuk melakukan budidaya jamur tiram secara personal atau sendiri. Selain karena hasil yang mereka peroleh sedikit (karena harus dibagi rata

dengan anggota kelompok yang lain) mereka juga sudah memiliki pengalaman bagaimana cara membudidayakan jamur tiram. Sejak saat itulah masyarakat di Desa Tamansari memilih untuk membudidayakan jamur tiram secara individu hingga saat ini.

Namun, pada awal tahun 2022 sebagian masyarakat yang membudidayakan jamur tiram berhenti melakukan budidaya jamur tiram. Awalnya yang mengusahakan jamur tiram terdapat pada 3 dusun yang ada di desa Tamansari yaitu Dusun Medas Bedugul, Dusun Medas Munawarah, dan Dusun Barat Kokoq. Namun sekarang hanya Dusun Medas Barat Kokoq dan Dusun Medas Bedugul yang masih melakukan budidaya jamur tiram.

4.5 Sumber Modal Usaha Jamur Tiram

Modal yang digunakan untuk melakukan usaha budidaya jamur tiram sebagian besar berasal dari Islamic Relief dan ada beberapa masyarakat yang menggunakan modal sendiri dalam menjalankan usahanya.

Tabel 4.7 Sumber Modal Responden Petani

No	Sumber Modal	Jumlah (org)	Persentase (%)
1	Modal Sendiri:		
	1) Uang	16	72,7
	2) Aset (Tanah)	22	100
2	Pinjaman:		
	1) Uang	6	27,3
	2) Alat	6	27,3
3	Modal Sendiri & Pinjaman:		
	1) Uang	16	72,7
	2) Alat	-	-

Data Primer diolah Tahun 2022

Dari tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa modal yang digunakan responden untuk melakukan usaha jamur tiram dibagi menjadi 3 bagian, yaitu: modal sendiri, pinjaman dan kombinasi modal sendiri & pinjaman. Untuk responden yang menggunakan modal sendiri berupa uang sebanyak 16 orang (72,7%) sedangkan responden yang menggunakan modal sendiri berupa aset (Tanah) sebanyak 22 orang (100%). Untuk responden yang menggunakan modal pinjaman berupa uang sebanyak 6 orang (27,3%) dan jumlah responden yang menggunakan modal pinjaman berupa alat sebanyak 6 orang (27,3%). Dan untuk modal sendiri dan pinjaman yang berupa uang sebanyak 16 orang responden (72,7%).

Islamic Relief adalah lembaga atau organisasi yang bergerak di bidang pertanian yang secara sukarela memberikan pelayanan kepada masyarakat umum tanpa bertujuan untuk memperoleh keuntungan dari kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat yang dibantunya. *Islamic Relief* memberikan bantuan kepada masyarakat yang ingin melakukan usaha budidaya jamur tiram dan budidaya kangkung tanpa adanya bunga dan tanpa adanya jangka waktu pengembalian pinjaman. Masyarakat yang meminjam dana usaha atau modal pada *Islamic Relief* diberikan kebebasan dalam hal mengembalikan modal yang dipinjamkannya kepada masyarakat. Sistem pengembalian modal pada *Islamic Relief* tergolong mudah, karena masyarakat yang meminjam modal dapat mengembalikan atau menyetor uang pinjaman seadanya tanpa adanya minimal setoran yang harus di bayar kepada *Islamic Relief*.

Masyarakat bisa melakukan penyetoran dalam jangka waktu 1x seminggu, 1x dua minggu atau bahkan 1x dalam satu bulan.

4.6. Analisis Biaya dan Pendapatan Usaha Jamur Tiram

4.6.1 Biaya Variabel

Biaya variabel yaitu biaya yang besar kecilnya tergantung dari sedikit atau banyaknya produk dan jasa yang akan dihasilkan. Seperti biaya sarana produksi dan biaya tenaga kerja.

1. Biaya Sarana Produksi

Biaya sarana produksi merupakan total dari seluruh biaya yang di keluarkan selama proses produksi berlangsung pada saat melakukan proses budidaya jamur tiram. adapun besarnya biaya sarana produksi yang di keluarkan oleh pelaku usaha jamur tiram dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8 Biaya Sarana Produksi pada usaha Jamur Tiram di Desa Tamansari Tahun 2022

No	Uraian	Jumlah Rata-Rata Biaya Sarana Produksi (Rp)
1	Baglog	3.409
2	Regen	2.768
3	Kantong plastik	271
Total Rata-Rata		6.448

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas rata-rata biaya sarana produksi yang dikeluarkan perkali atau sekali produksi pada usaha budidaya jamur tiram adalah sebesar Rp 6.448.

2. Biaya Tenaga Kerja

Biaya tenaga kerja yang di maksud dalam penelitian ini adalah biaya yang di keluarkan oleh petani responden untuk membayar upah tenaga kerja yang dipergunakan dalam proses produksi usaha budidaya jamur tiram, baik tenaga kerja dalam keluarga maupun tenaga kerja luar keluarga.

Tabel 4.9 Biaya Tenaga Kerja pada Usaha Budidaya Jamur Tiram

No	Uraian	Jumlah (HKO)	Nilai (RP/PP)
1	Penyiraman	2,5	26.705
2	Pemeliharaan	1	11.613
3	Panen	2,5	26.705
Total Biaya Tenaga Kerja		6	65.023

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa biaya tenaga kerja yang paling besar dikeluarkan pada proses penyiraman dan pemanenan yakni sebesar Rp 26.705, sedangkan untuk pemeliharaan mengeluarkan biaya sebesar Rp 11.613.

4.6.2. Biaya Tetap

Biaya tetap adalah biaya yang besar kecilnya tidak tergantung kepada besar kecilnya produksi pada setiap usaha. Biaya yang termasuk kedalam biaya tetap adalah biaya penyusutan alat-alat produksi yang digunakan dalam proses produksi jamur tiram, air/listrik dan penggunaan alat transfortasi.

Tabel 4.10 Biaya Tetap pada Usaha Jamur Tiram di Desa Tamansari

No	Uraian	Jumlah Rata-Rata Biaya Tetap	
		(RP/PP)	(RP/Bulan)
1	Penyusutan Alat	16.675	500.313
2	Transfortasi	14.500	435.000
3	Air/Listrik	28.000	840.000
Rata-Rata Biaya Tetap		59.175	1.775.313

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah rata-rata biaya tetap yang dikeluarkan dalam sekali proses produksi sebesar Rp. 59.175 sedangkan untuk rata-rata biaya tetap yang dikeluarkan dalam jangka satu bulan sebesar Rp. 1.775.313.

4.6.3. Total Biaya Produksi Jamur Tiram Di Desa Tamansari

Total biaya yang dimaksud dalam penelitian ini adalah semua biaya yang dikeluarkan selama melakukan proses produksi jamur tiram di Desa Tamansari. Adapun biaya yang dikeluarkan seperti sarana produksi, biaya tenaga kerja, transportasi, penyusutan alat dan listrik. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.11 Total Biaya Usaha Budidaya Jamur Tiram di Desa Tamansari

No	Uraian	Total Biaya	
		(RP/PP)	(RP/Bulan)
1	Biaya Variabel		
	Biaya Sarana Produksi	6.448	193.440
	Biaya Tenaga Kerja	65.023	1.950.690
Jumlah		71.471	2.144.130
2	Biaya Tetap		
	Penyusutan Alat	16.675	500.313
	Transportasi	14.500	435.000
	Listrik/Air	28.000	840.000
Jumlah		59.175	1.775.313
Total Biaya		130.646	3.919.443

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa total biaya variabel yang dikeluarkan dalam satu kali proses produksi adalah sebesar Rp. 6.448 sedangkan total biaya variabel yang dikeluarkan dalam satu bulan adalah sebesar Rp. 193.440. Untuk jumlah biaya tetap yang dikeluarkan dalam satu kali proses produksi sebesar Rp. 59.175 sedangkan untuk biaya total yang dikeluarkan dalam satu bulan sebesar Rp. 1.775.313. Dan untuk total biaya yang dikeluarkan dalam satu kali proses produksi adalah sebesar Rp. 113.987 sedangkan untuk total biaya yang dikeluarkan dalam jangka satu bulan adalah sebesar Rp. 3.919.443

4.7 Produksi, Harga dan Nilai Produksi Usaha Jamur Tiram Di Desa Tamansari

Produksi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah hasil panen yang di peroleh oleh petani dari budidaya jamur tiram yang dihasilkan dalam satuan kilogram. Jumlah produksi yang diperoleh tergantung banyaknya baglog yang digunakan untuk budidaya jamur tiram. Nilai produksi yaitu hasil kali antara produksi jamur tiram (Kg)

dengan harga produksi per Kg (Rp/kg). Secara rinci rata –rata produksi , harga per kilogram, dan nilai produksi jamur tiram dapat dilihat pada tabel di bawah:

Tabel 4.12 Rata –Rata Produksi, Harga dan Nilai Produksi Jamur Tiram di Desa Tamasnari

No	Produksi (bulan)	Jumlah Produksi (kg/ bulan)	Harga Jual (Rp/kg)	Nilai Produksi (Rp/ bulan)
1	I	2.070	18.000	17.185.909
2	II	3.992	17,160	3.094.159
3	III	3.152	18.000	2.593.364
4	IV	1.533	18.500	1.272.316
Jumlah		10.747	71.660	24.145748
Rata –rata		2.687	17,915	6.036.437

Sumber: Data Diolah Primer, Tahun 2022

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil produksi jamur tiram setiap bulannya berbeda, semakin banyak jumlah jamur yang beredar di pasar maka semakin menurun harga jamur tersebut. Dilihat pada tabel di atas harga jamur tiram menurun pada bulan kedua sebesar Rp17.160/Kg dikarenakan pada bulan tersebut produksi jamur tinggi sebesar 3.992Kg/bulan. Rata – rata produksi yang dihasilkan oleh petani sebesar 2.687kg/bulan dengan nilai produksi yaitu sebesar Rp. 6.036.437/bulan.

4.7.1 Total Rata – Rata Produksi, Biaya Produksi dan Pendapatan Jamur Tiram Di Desa Tamansari

Total Rata-Rata produksi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jumlah rata-rata produksi Jamur Tiram yang di peroleh oleh petani per proses produksi dan per bulan dengan satuan kilogram (kg). Sedangkan nilai produksi adalah hasil kali antara jumlah produksi jamur tiram yang berlaku persatuan kilogram (Rp/Kg). Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13 Total Rata-Rata Produksi, Nilai Produksi dan Pendapatan Jamur Tiram

No.	Uraian	Per Bulan (Rp)
1	Rata – rata Produksi (kg)	2.687
2	Harga (Rp/kg)	17.915
3	Nilai Produksi	6.036.437
4	Biaya Produksi	
	a. Biaya Variabel (Rp)	2.144.130
	b. Biaya Tetap (Rp)	1.775.313
5	Total Biaya (Rp)	3.919.443
6	Pendapatan (3-5) (Rp)	2.116.995

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2022

Dari tabel di atas diketahui bahwa rata-rata produksi usaha jamur tiram adalah sebesar 2.687 kg/bulan dengan nilai jual sebesar Rp 17.915/kg. Dengan nilai produksi usaha jamur tiram sebesar Rp.6.036.438/bulan. Sedangkan untuk total pendapatan pada usaha jamur tiram (setelah dikurangi biaya produksi) adalah sebesar Rp 2.116.995/bulan.

4.8 Efisiensi Usaha Jamur Tiram Di Desa Tamansari

Efisiensi usaha (R/C Ratio) adalah perbandingan antara nilai produksi (TR) dengan total biaya produksi (TC). Jika nilai R/C ratio >1 maka usaha efisien atau layak diusahakan, apabila nilai R/C ratio <1 maka usaha tidak efisien atau tidak layak diusahakan. Namun apabila R/C ratio =1 maka usaha jamur tiram di Desa Tamansari berada pada kondisi BEP (titik impas). Efisiensi usaha jamur tiram di Desa Tamansari dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.14 Rata-Rata Nilai Produksi, Biaya Produksi dan Efisiensi Usaha Jamur Tiram di Desa Tamansari Tahun 2022

No	Uraian	Rata-Rata
1	Nilai Produksi (Rp/Proses Produksi)	201.214,6
2	Biaya Produksi (Rp/Proses Produksi)	130.648,1
3	R/C Ratio	1,5

Sumber: Data Primer Diolah 2022

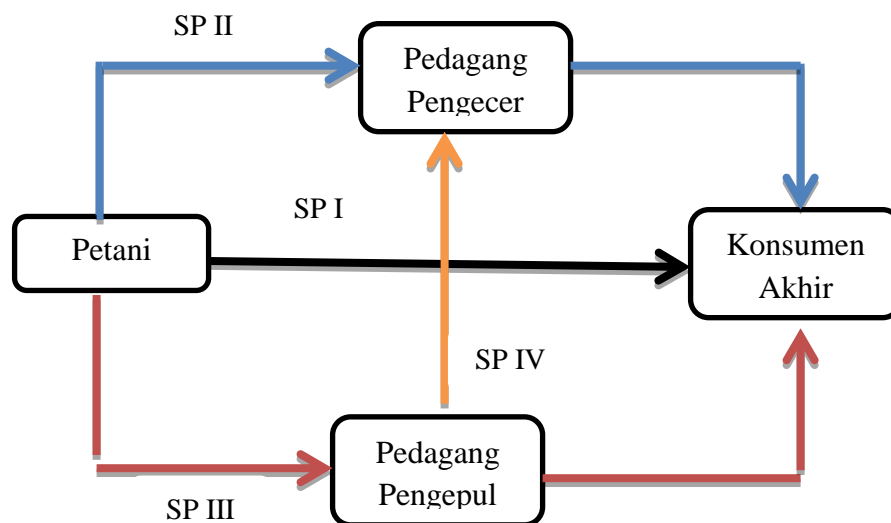
Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa R/C ratio usaha budidaya jamur tiram di Desa Tamansari sebesar 1,5. Nilai R/C ratio yang diperoleh usaha budidaya jamur tiram di Desa Tamansari lebih besar dari satu (R/C ratio >1), hal ini menunjukkan bahwa usaha budidaya jamur tiram yang dilakukan oleh masyarakat yang berada di Desa Tamansari adalah efisien atau layak di usahakan. Hal ini sejalan

dengan penelitian yang dilakukan oleh Astri Rosdiana (2015) yang menyatakan bahwa efisiensi usaha berdasarkan RC ratio pada agroindustri yaitu Rp 1,04 yang artinya setiap Rp 1 biaya akan menghasilkan penerimaan sebesar Rp. 1,04 sehingga agroindustry tersebut termasuk kedalam kategori cukup sesuai dan dapat dikatakan efisien.

4.9 Pemasaran Jamur Tiram

Untuk mengetahui saluran pemasaran jamur tiram di daerah penelitian dilakukan dengan cara penelusuran dari tingkat petani hingga konsumen akhir. Dari 22 petani responden sebagian ada yang menjual hasil jamur tiramnya kepada pedagang pengepul, ada yang menjual kepada pedagang pengecer dan adapula yang memasarkan secara langsung kepada konsumen akhir.

Sistem pembayaran yang dilakukan dalam pemasaran jamur tiram yaitu pembayaran langsung dan tidak langsung. Petani yang menjual jamur tiram kepada pedagang pengepul menerima pembayaran secara tidak langsung, karena jamur tiram yang di ambil oleh pengepul akan dibayar setelah jamur tiram habis terjual. Sedangkan petani yang memasarkan jamur tiram kepada pedagang pengecer akan menerima pembayaran secara langsung saat pedagang pengecer mengambil jamur tiram dari petani. Untuk lebih jelasnya saluran pemasaran jamur tiram dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.1 Saluran Pemasaran Jamur Tiram Pada Setiap Lembaga Pemasaran Di Desa Tamansari

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 4 saluran pemasaran yang di lalui oleh komoditas jamur tiram di Desa Tamansari Kecamatan Gunungsari. Keempat saluran pemasaran tersebut disajikan pada gambar berikut:

SP I: Petani => Konsumen Akhir

SP II: Petani => Pedagang Pengecer => Konsumen Akhir

SP III: Petani => Pedagang Pengepul => Konsumen Akhir

SP IV: Petani => Pedagang Pengepul => Pedagang Pengecer => Konsumen Akhir

4.9.1 Saluran Pemasaran I

Petani yang menggunakan saluran pemasaran I sebanyak 3 orang dengan persentase 3,7%. Hasil produksi jamur tiram langsung dijual kepada konsumen akhir. Saluran pemasaran ini dilakukan melalui sosial media seperti Facebook dan Whatsapp, dan adapula konsumen yang datang langsung kerumah petani jamur tiram untuk membeli jamur tiram secara langsung. Rata-rata volume jual jamur tiram perhari sebanyak 4.5 kg, dengan harga jual Rp 20.000/kg.

4.9.2 Saluran Pemasaran II

Pada saluran pemasaran II terdapat satu lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran jamur tiram di Desa Tamansari yaitu pedagang pengecer. Jumlah petani yang menggunakan saluran pemasaran ini sebanyak 5 orang dengan persentase sebesar 22,8%. Pedagang pengecer yang membeli jamur tiram sudah bekerjasama dengan petani. Setelah panen, para pedagang pengecer langsung mengambil jamur tiram kerumah petani yang kemudian akan di jual di pasar dan keliling desa. Rata-rata volume beli pedagang pengecer sebanyak 19.6kg/hari, dengan rata-rata harga beli pedagang pengecer sebesar Rp. 18.000/kg.

4.9.3 Saluran Pemasaran III

Pada saluran pemasaran III ini terdapat 1 lembaga pemasran yang terlibat yaitu pedagang pengepul. Pada saluran pemasaran III ini jumlah petani responden yang menggunakan saluran pemasaran ini sebanyak 6 orang dengan persentase sebesar 27,2%. Pada saluran pemasaran ini rata-rata volume pembelian pedagang pengepul sebesar 33,75 kg/hari dengan rata-rata harga beli sebesar Rp 17.500/kg.

4.9.4 Saluran Pemasaran IV

Pada saluran pemasaran IV jumlah lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran ini yaitu sebanyak 2 lembaga pemasaran diantaranya yaitu pedagang pengecer dan pedagang pengepul. Jumlah petani responden yang memasarkan jamur tiram melalui saluran pemasaran ini sebanyak 8orang dnegan persentase sebesar 36,3%. Rata-rata volume pembelian pedagang pengepul sebanyak

30kg/hari. Dengan rata-rata harga beli sebesar Rp 18.000/kg. selanjutnya pedagang pengecer membeli jamur tiram kepada pedagang pengepul dengan volume pembelian jamur tiram sebesar 30kg/hari dengan rata-rata harga beli sebesar Rp 20.000/kg. pada saluran pemasaran ini pedagang pengecer menjual jamur tiram langsung kepada toko pusat oleh-oleh dan sebagian ada yang dijual keliling kepada konsumen akhir.

4.10 Biaya dan Keuntungan Pemasaran

Biaya pemasaran merupakan sejumlah penyaluran atau pengorbanan yang dilakukan oleh lembaga pemasaran dalam proses pemasaran jamur tiram. Keuntungan pemasaran merupakan selisih harga yang diterima oleh lembaga pemasaran sebagai hasil dari pemasaran jamur tiram yang telah dikurang dengan biaya pemasaran. Lembaga pemasaran dikatakan mendapat keuntungan apabila pendapatan yang diterima lebih besar dari biaya yang dikeluarkan. Biaya dan keuntungan masing-masing lembaga pemasaran jamur tiram di Desa Tamansari disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.15 Rata-rata Biaya dan Keuntungan Lembaga Pemasaran di Desa Tamansari Tahun 2022

Uraian	Lembaga Pemasaran	
	PP (Rp/Hari)	Pr (Rp/Hari)
Rata-rata nilai Pembelian	574.000	357.200
Rata-rata nilai Penjualan	1.072.000	887.000
Rata-rata biaya Pemasaran	20.611	14.687
Keuntungan Pemasaran	477.389	515.113

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Keterangan:

PP : Pedagang Pengepul

Pr : Pedagang Pengecer

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa rata-rata keuntungan yang diterima oleh lembaga pemasaran berkisar antara Rp 477.389 – Rp 515.113/hari, dimana keuntungan yang paling banyak yang di terima oleh pedagang pengepul yaitu sebesar Rp 477.389/hari. Sedangkan untuk pedagang pengecer keuntungan yang di terima rata-rata sebesar Rp 515.113/hari.

4.11 Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang di bayar konsumen dengan dengan harga yang diterima petani di Desa Tamansari. Apabila nilai margin pemasaran pada suatu saluran pemasaran lebih kecil dari nilai margin pemasaran pada saluran pemasaran yang lain, maka saluran pemasaran tersebut paling efisien.

Adapun margin pemasaran pada setiap lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran jamur tiram di Desa Tamansari dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.16 Margin Pemasaran Setiap Lemabaga Pemasaran

No	Uraian	Saluran Pemasaran			
		I (Rp/Kg)	II (Rp/Kg)	III (Rp/Kg)	IV (Rp/Kg)
1	Produsen Jamur Tiram				
	a. Harga Jual	20.000	18.000	17.500	18.000
2	Pedagang Pengempul				
	a. Harga Beli	-	-	17.500	18.000
	b. harga Jual	-	-	20.750	21.000
	c. Biaya Pemasaran	-	-	280	156
	d. Keuntungan	-	-	2.970	2.844
	e. Margin Pemasaran	-	-	3.250	3.000
3	Pedagang Pengecer(Pr)				
	a. Harga Beli	-	18.000	-	20.000
	b. harga Jual	-	21.600	-	22.000
	c. Biaya Pemasaran	-	560	-	312
	d. Keuntungan	-	3.040	-	1.688
	e. Margin Pemasaran	-	3.600	-	2.000
4	Konsumen Akhir				
	Harga Beli	20.000	21.800	20.750	22.000
	<i>Total biaya pemasaran</i>	70	560	280	468
	<i>Total Keuntungan Pemasaran</i>	-	3.040	2.470	4.032
	<i>Total Margin Pemasaran</i>	-	3.600	3.250	5.000

Sumber: Data Primer diolah Tahun,2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa margin pemasaran terbesar berada pada saluran pemsaran IV sebesar Rp 5.000, kemudian diikuti saluran pemasaran II sebesar Rp 3.600, untuk saluran pemasaran III sebesar Rp 3.250 dan yang terendah berada pada saluran pemasaran I marginnya sebesar Rp. 0 karena pada saluran I petani langsung memasarkan jamur tiram kepada konsumen akhir.

4.12 Farmer's Share

Farmer's share merupakan analisis pemasaran yang membandingkan antara harga yang di terima oleh petani dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir. Farmer's share sangat di pengaruhi oleh saluran pemasaran yang digunakan dan

besarnya harga jual di tingkat pengecer. Semakin banyak perantara pemasaran, maka akan semakin kecil bagian yang di terima oleh petani. Adapun farmer's Share pada setiap lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran jamur tiram di Desa Tamansari Tahun 2022 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.17 Farmer's Share Setiap Lembaga Pemasaran Jamur Tiram Di Desa Tamansari Tahun 2022

Saluran Pemasaran	Harga Rata -rata (Rp/Kg)		Farmer's Share (%)
	Tingkat Petani	Tingkat Konsumen	
I	20.000	20.000	100
II	18.000	21.800	82,6
III	17.500	20.750	84,3
IV	18.000	22.000	81,8

Sumbe: Data Primer Diolah, Tahun 2022

Share terbesar yang di terima oleh petani terdapat pada saluran pemasaran I sebesar 100% karena petani menjual jamur tiram langsung kepada konsumen akhir. Pada saluran pemasaran II petani menerima share sebesar 82,6%, dan pada saluran pemasaran III menghasilkan share sebanyak 84,3%, sementara pada saluran pemasaran IV menghasilkan share sebanyak 81,8%. Hal ini menunjukkan bahwa pada saluran pemasaran I merupakan saluran pemasaran yang paling menguntungkan untuk petani dengan share sebesar 100% dan diikuti oleh saluran pemasaran III sebesar 84,3%. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saptarini *et al* (2019) dalam penelitiannya menemukan bahwa semakin pendek saluran pemasaran maka *Farmer's Share* yang ada semakin besar.

4.13 Efisiensi Pemasaran

Menurut Azzaino (1991) suatu pemasaran dapat dikatakan efisien apabila mempunyai margin yang rendah dan farmer's share yang tinggi dibandingkan dengan saluran pemasaran yang lain pada komoditas yang sama.

Menurut Darmawati (2005) bila bagian yang diterima produsen <50% dan margin pemasaran >50% berarti pemasaran belum efisien dan bila bagian yang diterima produsen >50% dan margin pemasaran <50% maka saluran pemasaran dikatakan efisien.

Kriteria suatu efisiensi pemasaran dapat dilihat dengan membandingkan Farmer's Share dan Margin Pemasaran yang telah di ubah menjadi persen (%) pada setiap saluran pemasaran, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.18 Efisiensi Pemasaran

Saluran Pemasaran	Margin Pemasaran (%)	Farmer's Share (%)	Keterangan
I	0	100	Efisien
II	21,2	82,6	Efisien
III	13,2	84,3	Efisien
IV	15,9	81,8	Efisien

Sumber: Data Primer diolah Tahun 2022

Berdasarkan Tabel 4.18 diketahui bahwa saluran pemasaran I adalah saluran pemasaran yang paling efisien, karena margin pemasarannya sebesar 0%. Kemudian saluran pemasaran III dengan margin pemasaran sebesar 13,2%. Selanjutnya saluran pemasaran IV dengan nilai margin pemasaran sebesar 15,9%. Dan yang terakhir saluran pemasaran II dengan nilai margin pemasaran sebesar 21,2%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Usaha jamur tiram di Desa Tamansari secara ekonomi termasuk efisien atau layak diusahakan. Karena memperoleh R/C Ratio sebesar 1,5.
2. Saluran pemasaran pada usaha jamur tiram yang paling efisien adalah saluran pemasaran I yakni dari produsen langsung ke konsumen akhir. Dengan memperoleh farmer share sebesar 100%.

Saran

1. Usaha jamur tiram di desa Tamansari layak untuk diusahakan dan dikembangkan, oleh karena itu petani perlu melakukan upaya agar penggunaan input produksinya lebih efisien sehingga meningkatkan produksi dan keuntungan serta meminimalisir biaya.
2. Untuk petani jamur tiram hendaknya memasarkan jamur tiram secara langsung ke konsumen akhir dengan menawarkan jamur tiram secara langsung atau bisa juga dengan memanfaatkan sosial media seperti Facebook, WhatsApp dan bisa memasarkan jamur tiram menggunakan E-Commerce untuk wilayah yang masih bisa dijangkau.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawyah, R. 2007. *Pengelolaan dan Pengawetan Ikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Aini R, dan Anwar M. 2020. *Prospek Dan Strategi Pemasaran Agroindustri Jajan Bantal Gapuk Kabupaten Lombok Timur*. Jurnal Ilmiah Rinjani (JIR). Fakultas Pertanian. Universitas Gunung Rinjani.
- Asrina. Martina 20017. *Strategi Pemasaran Usaha Krupuk Tempe Di Desa Blang Geluanggang Kecamatan Peusangan Kabupaten Bieruen*. Jurnal.
- Astri, Rosfiana. 2015. *Analisis Usaha Efisiensi Agroindustri Berbasis Rumput Laut di Kota Mataram*. Fakultas Pertanian. Universitas Mataram.
- Ardi, M. 2017. *Strategi Pemasaran Agroindustri Dodol Rasa Buah (Studi Kasus: Desa Bengkel, Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai)*. Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Afrianto, dan Liviawaty. 1991. *Pengawetan dan Pengolahan Ikan*. Yogyakarta.
- Angginesa, Pradika. 2013. *Analisis Efisiensi Pemasaran Ubi Jalar Di Kabupaten Lampung Tengah*. Fakultas Pertanian. Universitas Lampung.
- Azzaino, Z. 1991, *Pengantar Tataniaga Pertanian*, Departemen Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Cravens. 2010. *Pemasaran Strategis*. Erlangga. Jakarta. Edisi Keempat.
- Charles Lamb, W. *et al.* 2001. *Pemasaran*. Edisi Pertama, Salemba Empat: Jakarta.
- Dahuri,Rokhmin 2003. *Keanekaragaman Hayati Laut: Aset Pembangunan Berkelanjutan Indonesia*. PT. Gramedia Pusaka Utama. Jakarta.
- Darmawati. 2005. *Analisis Pemasaran Cabai Di Kecamatan Bansari Kabupaten Temanggung*. Skripsi Fakultas Peternakan Dan Pertanian. Universitas Diponegoro Semarang.
- Fandy, *et al.* 2020. *Analisis SWOT Tentang Strategi Pemasaran Agribisnis Di Pulau Setotok (Studi Kasus Komuditas Semangka)*. Politeknik Negeri Batam, Indonesia.
- Ginting, S. (2017). *Pendapatan Usahatani Tanaman Sayur Pola Tumpangsari di Mujagi Farm Kecamatan Pacet Kabupaten Cianjur*. [Skripsi, unpublished]. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Gofas, Ismail. 2010. *Analysis Eficiency Marketing System Of Fresh Layang Fish On Pelabuhan Fish Auction Place In Tegal City*. Fakultas Pertanian. Universitas Wahid Hasyim Semarang.
- Hernanto. (1995). *Ilmu Usahatani*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Intan, Pradnya. 2021. *Efisiensi Usaha dan Strategi Pemasaran Tahu dan Tempe Di Kota Mataram*. Fakultas Pertanian. Universitas Mataram.
- Rangkuti Freddy. 2015. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Keller. Kotler. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler. *et al.*2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler.Pilip. 2000. *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.

- Nazir, M. 2014. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Primyastanto, mimit, 2011. *Fesibility Study Usaha Perikanan (sebagai aplikasi teori studi kelayakan usaha perikanan)*. Universitas Brawijaya Press (UB Press). Malang.
- Saptarini, Mia. 2019. *Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Jamur Tiram Di Kabupaten Purbalingga*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Jenderal Soedirman.
- Salfida, Nike. 2017. *Analisis Efisiensi Pemasaran Kakao (Studi Kasus : Desa Lau Sireme, Desa Lau Bagot, Desa Sukandehi, Kecamatan Tigalingga, Kabupaten Dairi)*. Universitas Sumatera Utara.
- Saragih, B. 2004. *Agribisnis: Paradigma Baru Pembangunan Ekonomi Berbasis Pertanian, Kumpulan Pemikiran*. PT Surveyor Indonesia dan Pusat Studi Pembangunan LP- IPB. Jakarta.
- Sinta. (2011). *Ilmu Usahatani*. Malang: UB Press.
- Simanjuntak, Payama. *Produktivitas Kerja*. Penerbit Fakultas Ekonomi. Universitas Indonesia, Jakarta:1993.
- Sjah T. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Universitas Mataram. Mataram
- Susanti, Agustina. 2021. *Analisis Efisiensi Pemasaran Tomat Di Kabupaten Lombok Timur. Fakultas Pertanian*. Universitas Gunung Rinjani.
- Suryani., et al. 2007. *Membuat Aneka Abon*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Soekartawi. 2000. *Agroindustri Dalam Perspektif Sosial Ekonomi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Soetrisno, dkk. 2006. *Pengantar Ilmu Pertanian Agraris, Agrobisnis, dan Industri*. Malang : Bayumedia Publishing.
- Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- William, J. Stanton. 2013. *Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi Ke Tujuh*. Media Pressindo. Jakarta.