

**ANALISIS PEMASARAN JAMUR MERANG LEMBAGA MANDIRI MENGAJAR MASYARAKAT (LM3) AGRINA DI TANJONG PAYA KECAMATAN PEUSANGAN KABUPATEN BIREUEN**

**Hendra Kusuma**

Mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Almuslim

**ABSTRAK**

Usaha jamur merang Lembaga Mandiri Mengajar Masyarakat (LM3) di Desa Tanjong Paya Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen telah berdiri sejak 2011 dengan jumlah tenaga kerja 3 orang dari warga sekitar tempat produksi. Pengembangan usaha jamur merang mempunyai peluang pasar yang cukup tinggi diantara tingkat Kecamatan dan Kabupaten, karena daya dukung kesesuaian iklim dan aksesibilitas ke berbagai daerah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran jamur merang Lembaga Mandiri Mengajar Masyarakat (LM3) Agrina, mengetahui keuntungan dalam pemasaran jamur merang tersebut dan mengetahui margin pemasaran dan tingkat efesiesinya. Pengumpulan data menggunakan instrumen wawancara dan kuesioner. Metode analisis data dengan metode kombinasi kualitatif dan kuantitatif yang merupakan pendekatan dalam penelitian yang mengkombinasikan dan menghubungkan antara metode penelitian kuantitatif dengan kualitatif. Data yang dianalisis meliputi biaya pemasaran, lembaga/agen pemasaran, keuntungan, dan margin pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem pemasaran jamur merang oleh LM3 Agrina dilakukan dengan 2 saluran yaitu langsung dan tidak langsung. Keuntungan dari saluran pemasaran jamur merang kepada konsumen satu kali masa pemasaran jamur merang diperoleh keuntungan adalah Rp. 6.000.000 sedangkan keuntungan dari saluran pemasaran jamur merang kepada pedagang pengecer dalam satu kali masa pemasaran jamur merang diperoleh keuntungan adalah Rp. 5.250.000. Perbandingan hasil persentase margin pemasaran LM3 Agrina adalah 12,5 % dengan persentase yang diterimanya yaitu 87,5 % usaha ini efisien dikarenakan persentase margin pemasarannya lebih kecil dari persentase bagian yang diterima oleh LM3 Agrina.

**Kata Kunci** : Pemasaran Jamur Merang, Biaya Pemasaran Jamur Merang, Keuntungan dan Margin Pemasaran.

**PENDAHULUAN**

Jamur merang (*Volvariella Volvacea*) merupakan salah satu komoditas sayuran tunas yang mempunyai masa depan baik untuk dikembangkan. Hingga kini sudah semakin banyak orang yang mengetahui nilai gizi jamur merang dan manfaatnya bagi kesehatan manusia. Dilain pihak produksi jamur merang di Indonesia sangat terbatas sehingga nilai ekonomi jamur merang semakin meningkat, (Sinaga, 2000). Tahun 2014 Provinsi Aceh produksi jamur merang antara 2500 kg sampai dengan 3500 kg perbualannya. Sedangkan untuk data lengkapnya selama kurun waktu 5 tahun

terakhir tidak ada dikarenakan dinas terkait tidak mendata dan memperhatikan usaha ini, (Shukendar, 2011).

Jamur merang dapat dimanfaatkan selain untuk makanan juga untuk industri obat dan hampir beberapa orang menggunakan jamur merang sebagai bahan bakunya. Jamur merang merupakan jenis jamur kayu yang sangat baik untuk dikonsumsi manusia. Selain karena memiliki cita rasa yang khas, kedua jamur tersebut juga memiliki nilai gizi yang tinggi, seperti protein, karbohidrat dan berbagai vitamin. Bahkan menurut penelitian kandungan gizinya lebih tinggi dibandingkan dengan daging ayam. Sehingga, tidak salah apabila

jamur dikatakan sebagai bahan pangan masa depan.

Pemasaran merupakan suatu parameter untuk menilai berhasil tidaknya suatu usaha. Karena hasil akhir dari proses produksi penjualan dengan harapan mendapatkan keuntungan. Proses pemasaran memerlukan pihak lain yang disebut lembaga pemasaran. Pengembangan usaha jamur merang harus adanya keterpaduan antara kegiatan-kegiatan produksi yang selama ini dikaitkan dengan peningkatan pemasaran.

Usaha jamur merang Lembaga Mandiri Mengakar Masyarakat (LM3) di Desa Tanjong Paya Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen telah berdiri sejak 2011 dengan jumlah tenaga kerja 3 orang dari warga sekitar tempat produksi. Sistem kontrak kerja biasanya bersifat jangka pendek, mulai dari harian hingga bulanan,

tergantung kebutuhan. Pengembangan usaha jamur merang mempunyai peluang pasar yang cukup tinggi diantara tingkat Kecamatan dan Kabupaten, karena daya dukung kesesuaian iklim dan aksesibilitas ke berbagai daerah. Namun dengan makin dikenalnya jamur merang sebagai bahan pangan sumber protein alternatif daging di masyarakat. Jamur merang, meskipun dianggap jenis jamur yang lebih enak dibandingkan jamur tiram, memiliki proses produksi yang lebih rumit, dengan tenaga kerja yang lebih tinggi, modal awal yang cukup besar, biological efficiency yang sangat variatif, dan durabilitas produk yang lebih singkat. Jamur merang banyak yang dipilih atau berlangganan oleh konsumen, karena jamur merang enak rasa dari pada jamur yang lain, dan harga pun lebih praktis bagi konsumen.

Table 1. Produksi Jamur Merang di Desa Tanjong Paya Tahun 2011-2014

No	Tahun	Jumlah Lumbung	Produksi pertahun (kg)	Persentase Pertumbuhan (%)
1	2011	2	640	-
2	2012	2	1.494	133,4
3	2013	2	1.602	7,2
4	2014	3	1.800	12,35
<b>Jumlah Produksi</b>			<b>5.536</b>	<b>152,95</b>
<b>Rata-Rata Produksi Pertahun</b>			<b>1.384</b>	<b>-</b>

Sumber : data primer (2015)

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat dijelaskan bahwa hasil produksi jamur merang di Desa Tanjong Paya Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen terus mengalami peningkatan selama 4 tahun terakhir. Rata-rata produksi setiap tahunnya adalah 1384 kg. Penggunaan lumbung atau tempat budidaya jamur merang sudah sangat baik sehingga berpengaruh kepada hasil produksi. Produksi paling banyak pada tahun 2014 yaitu 1.800 kg sedangkan produksi paling sedikit pada tahun 2011 yaitu hanya 640 kg.

Secara perlahan usaha ini mulai beroperasi dan terus berkembang dengan fokus memproduksi jamur merang hingga

sekarang sesuai dengan izin legalitas yang dimiliki Lembaga Mandiri Mengakar Masyarakat (LM3) Agrina. telah memasarkan produknya di beberapa pasar tradisional dan modern yang ada diantara kecamatan dan kabupaten melalui perantara pemasaran yang dimiliki oleh perusahaan seperti, pasar-pasar, warung nasi, kantor-kantor, serta konsumen yang berada disekitar lokasi perusahaan. Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan masih terkendala berbagai masalah di antaranya, belum dapat memenuhi permintaan pasar karena belum optimal kapasitas penggunaan kumbung, terbatasnya modal yang dimiliki, dan promosi yang dilakukan masih terbatas.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan diatas maka untuk memanfaatkan potensi usaha jamur merang ini perlu dilihat analisis pemasaran yang ada sekarang, berikut dengan peluang dan ancaman, serta pengembangan jamur merang. oleh karena uraian diatas penulis tertarik untuk mendalami dan melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pemasaran Jamur Merang Lembaga Mandiri Mengakar Masyarakat (LM3) Agrina di Tanjung Paya Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen”.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran pemasaran yang digunakan dalam pemasaran jamur merang Lembaga Mandiri Mengakar Masyarakat (LM3) Agrina.
2. Berapakah keuntungan dalam pemasaran jamur merang tersebut.
3. Berapakah margin pemasaran dan tingkat efisiensinya.

### **Tujuan peneltain**

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui saluran pemasaran jamur merang Lembaga Mandiri Mengakar Masyarakat (LM3) Agrina.
2. Mengetahui keuntungan dalam pemasaran jamur merang tersebut.
3. Mengetahui margin pemasaran dan tingkat efisiensinya.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Jamur Merang**

Jamur merupakan tanaman yang tidak memiliki klorofil sehingga tidak bisa melakukan proses fotosintesis untuk menghasilkan makanan sendiri. Jamur hidup dengan cara mengambil zat-zat makanan, seperti selulosa, glukosa, lignin, protein dan senyawa pati dari organisme lain. Dengan bantuan enzim yang di produksi oleh hifa (bagian jamur yang bentuknya seperti benang

halus, panjang dan kadang bercabang), bahan makanan tersebut diuraikan menjadi senyawa yang dapat di serap untuk pertumbuhan. oleh kaerena itu, jamur digolongkan sebagai tanaman heterotropik, yaitu tanaman yang kehidupannya tergantung pada organism lain (Andoko, 2007).

Jamur merang banyak mengandung protein nabati, serta unsur mikro nutrisi lainnya yang banyak dibutuhkan untuk menjaga kesehatan dan kesegaran. Dalam 100 gram jamur merang terdapat kandungan gizi sebagai berikut : Protein 2,68%, Lemak 2,24%, Karbohidrst 2,6%, Vitamin C 206 Cal, Calcium 0,75%, Fosfor 30,6% dan Kalium 44,1%. Sedangkan manfaat jamur merang adalah, menghambat pertumbuhan sel tumor, meningkatkan sistim kekebalan tubuh dan menurunkan kadar kolesterol dalam plasma darah dan hati (Andoko, 2007).

### **Pemasaran**

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. Pemasaran merupakan semua kegiatan manusia yang dilakukan dalam hubungannya dengan pasar, yang berarti bekerja dengan pasar guna mewujudkan pertukaran potensial untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia (Kotler, 2002).

Ditinjau dari aspek ekonomi kegiatan pemasaran pertanian dikatakan sebagai kegiatan produktif sebab pemasaran pertanian dapat meningkatkan guna waktu (*time utility*), guna tempat (*place utility*), guna bentuk (*form utility*) dan guna pemilikan (*possession utility*). Komoditi pertanian yang sudah mengalami peningkatan guna waktu, guna tempat dan guna bentuk baru dapat memenuhi kebutuhan konsumen, apabila sudah terjadi pemindahan hak milik dari produsen atau lembaga pemasaran kepada konsumen (Sudiyono, 2002).

### **Saluran dan Lembaga Pemasaran**

Saluran pemasaran merupakan suatu saluran distribusi (*channel of distribution*) dianggap mencakup suatu kelompok lembaga-lembaga yang melaksanakan keseluruhan kegiatan (fungsi) untuk mengalihkan produk disertai hak miliknya dari lingkungan produksi ke arah lingkungan konsumsi. Saluran pemasaran merupakan suatu struktur unit organisasi dalam perusahaan dan luar perusahaan yang terdiri atas agen, dealer, pedagang besar, pengecer, melalui mana sebuah komoditi, produk atau jasa dipasarkan (Swastha, 1997).

Sedangkan lembaga pemasaran merupakan orang atau badan usaha atau lembaga yang secara langsung terlibat didalam mengalirkan barang dari produsen ke konsumen. Lembaga-lembaga pemasaran ini dapat berupa tengkulak, pedagang pengumpul, pedagang besar dan pedagang pengecer.

### **Biaya Pemasaran**

Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan untuk keperluan pemasaran. Biaya pemasaran komoditas pertanian meliputi biaya transportasi atau biaya angkut, biaya pungutan retribusi, biaya penyusutan dan lain-lain. Besarnya biaya pemasaran berbeda satu sama lain. Hal ini disebabkan lokasi pemasaran, lembaga pemasaran (pengumpul, pedagang besar, pengecer, dan sebagainya) dan efektifitas pemasaran yang dilakukan serta macam komoditas (Rahim dan Hastuti, 2007).

### **Keuntungan Pemasaran**

Selisih harga yang dipasarkan ke produsen dan harga yang diberikan oleh konsumen dikurangi dengan biaya pemasaran disebut keuntungan pemasaran. Masing-masing lembaga ingin mendapatkan keuntungan, maka harga yang dibayarkan oleh masing-masing lembaga pemasaran juga berbeda. Semakin maju tingkat pengetahuan produsen, lembaga pemasaran dan konsumen terhadap penguasaan informasi pasar, maka

semakin merata distribusi margin pemasaran yang diterima.

### **Margin Pemasaran**

Margin merupakan suatu imbalan, atau harga atas suatu hasil kerja. Apabila ditinjau sebagai pembayaran atas jasa-jasa, margin menjadi suatu elemen yang penting dalam strategi pemasaran. Konsep margin sebagai suatu pembayaran pada penyalur mempunyai dasar logis dalam konsep tentang nilai tambah. Margin didefinisikan sebagai perbedaan antara harga beli dengan harga jual (Swastha, 1992).

Menurut Sudiyono (2002) margin pemasaran didefinisikan perbedaan harga antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani, secara sistematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$M = Pr - Pf$$

Keterangan :

M : Margin

Pr : Harga di tingkat konsumen (Rp)

Pf : Harga di tingkat produsen/agen (Rp)

### **Efisiensi Pemasaran**

Pengukuran efisiensi pemasaran menggunakan perbandingan output pemasaran dengan biaya pemasaran pada umumnya dapat digunakan untuk memperbaiki efisiensi pemasaran dengan mengubah rasio keduanya. Upaya perbaikan efisiensi pemasaran dapat dilakukan dengan meningkatkan output pemasaran atau mengurangi biaya pemasaran (Sudiyono, 2002).

Menurut Soekartawi (1993), faktor-faktor yang dapat sebagai ukuran efisiensi pemasaran adalah sebagai berikut:

- a. Keuntungan pemasaran
- b. Harga yang diterima konsumen
- c. Tersedianya fasilitas fisik pemasaran yang memadai untuk melancarkan transaksi jual beli barang, penyimpanan, transportasi
- d. Kompetisi pasar, persaingan diantara pelaku pemasaran.

## METODE PENELITIAN

### Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada usaha jamur merang lembaga mandiri mengakar masyarakat (LM3) Agrina, Jalan Medan-Banda Aceh Tanjong Paya Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen. Ruang lingkup penelitian ini terbatas pada masalah analisis pemasaran jamur merang lembaga mandiri mengakar masyarakat. Penelitian ini telah dilaksanakan pada tanggal 17 Desember 2015.

### Jenis Data dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan pada penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Dengan jenis data tersebut:

1. Data Primer yaitu Sumber primer ini berupa catatan hasil wawancara yang diperoleh melalui wawancara dengan responden secara langsung dan pengamatan. Selain itu, penulis juga melakukan observasi lapangan dan mengumpulkan data dalam bentuk catatan tentang situasi dengan pengamatan langsung, dan kejadian di perpustakaan.
2. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dari instansi-instansi terkait dengan masalah dan objek yang diteliti.

### Analisis Data

#### Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran

##### 1. Biaya Pemasaran

Besarnya biaya pemasaran jamur merang dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$B_p = B_{p1} + B_{p2} + B_{p3} + \dots + B_{pn}$$

Keterangan:

n:

B<sub>p</sub>: Biaya pemasaran jamur merang

B<sub>p1</sub>, B<sub>p2</sub>, B<sub>p3</sub>, ..., B<sub>pn</sub> : Biaya pemasaran jamur merang berdasarkan saluran/tempat pemasaran.

##### 2. Keuntungan

###### Pemasaran

Besarnya keuntungan pemasaran jamur merang dapat dihitung dengan

menggunakan rumus sebagai berikut :

$$K_p = K_{p1} + K_{p2} + K_{p3} + \dots + K_{pn}$$

Keterangan :

K<sub>p</sub>: Keuntungan pemasaran jamur merang

K<sub>p1</sub>, K<sub>p2</sub>, K<sub>p3</sub>, ..., K<sub>pn</sub> : Keuntungan pemasaran jamur merang berdasarkan saluran/tempat pemasaran.

##### 3. Margin pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih harga ditingkat produsen dan tingkat konsumen. Secara sistematis margin pemasaran dirumuskan sebagai berikut :

$$M_p = P_r - P_f$$

Keterangan :

M<sub>p</sub> : Margin pemasaran jamur merang (Rp/kg)

P<sub>r</sub> : Harga jamur merang untuk konsumen (Rp/kg)

P<sub>f</sub> : Harga jamur merang untuk produsen (agen) (Rp/kg)

Setelah mendapatkan biaya dari margin pemasaran maka selanjutnya akan dihitung persentase dari masing-masing saluran pemasaran. Secara sistematis dapat digunakan rumus sebagai berikut (Sudiyono, 2002) :

##### a. Persentase Margin Pemasaran Untuk LM3 Agrina (Saluran I)

$$PM I = \left[ \frac{M_p}{P_r} \right] \times 100 \%$$

Keterangan :

PM I : Persentase margin pemasaran (%)

M<sub>p</sub> : Margin pemasaran jamur merang (Rp/kg)

P<sub>r</sub> : Harga jamur merang untuk konsumen (Rp/kg)

##### b. Persentase Margin Pemasaran Untuk Agen (Saluran II)

$$PM II = \left[ \frac{M_p}{P_f} \right] \times 100 \%$$

Keterangan :

PM II : Persentase margin pemasaran (%)

M<sub>p</sub> : Margin pemasaran jamur merang (Rp/kg)

Pf : Harga jamur merang untuk produsen (agen) (Rp/kg)

#### 4. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi masing-masing saluran pemasaran dapat dihitung dengan nilai persentase margin pemasaran, menggunakan rumus sebagai berikut (Sudiyono, 2002) :

a. Persentase bagian yang diterima LM3 Agrina (Saluran I)

$$F = 100 \% - PM I$$

Keterangan :

F : Persentase bagian yang diterima LM3 Agrina

PM I : Persentase margin pemasaran (%)

b. Persentase bagian yang diterima Agen (Saluran II)

$$F = 100 \% - PM II$$

Keterangan :

F : Persentase bagian yang diterima LM3 Agrina

PM II : Persentase margin pemasaran (%)

Efisiensi pemasaran secara ekonomi dapat diketahui dari besarnya bagian yang diterima produsen dan persentase margin pemasaran yang dinyatakan dalam persen (%). Pemasaran jamur merang dianggap efisien secara ekonomis apabila nilai persentase bagian yang diterima dari masing-masing saluran pemasaran lebih tinggi dari persentase margin pemasarannya (Sudiyono, 2002)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Lokasi Penelitian

#### Gambaran Umum Usaha Jamur Merang

Usaha jamur merang Lembaga Mandiri Mengakar Masyarakat (LM3) di Desa Tanjong Paya Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen telah berdiri sejak 2011

dengan jumlah tenaga kerja 3 orang dari warga sekitar tempat produksi. Sistem kontrak kerja biasanya bersifat jangka pendek, mulai dari harian hingga bulanan, tergantung kebutuhan. Hasil produksi jamur merang di Desa Tanjong Paya Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen terus mengalami peningkatan selama 4 tahun terakhir. Penggunaan lumbung atau tempat budidaya jamur merang sudah sangat baik sehingga berpengaruh kepada hasil produksi. Produksi paling banyak pada tahun 2014 yaitu 1.800 kg sedangkan produksi paling sedikit pada tahun 2011 yaitu hanya 640 kg.

Secara perlahan usaha ini mulai beroperasi dan terus berkembang dengan fokus memproduksi jamur merang hingga sekarang sesuai dengan izin legalitas yang dimiliki Lembaga Mandiri Mengakar Masyarakat (LM3) Agrina telah memasarkan produknya di disekitar lokasi usahanya dan di beberapa pasar yang ada pada Kecamatan-Kecamatan dalam lingkup Kabupaten Bireuen melalui pedagang pengecer yang bekerja sama dengan LM3 Agrina seperti, pasar-pasar rakyat, warung nasi dan kantor-kantor Pemerintahan.

## Hasil Penelitian

### Karakteristik Responden

Karakteristik responden menggambarkan identitas responden mulai dari jenis usia, pendidikan terakhir, jumlah tanggungan dan pengalaman. Responden yang digunakan pengusaha dalam penelitian ini adalah pengusaha Jamur Merang LM3 Agrina Di Tanjong Paya Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen. Hasil tabulasi data penelitian yang dilakukan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2. Karakteristik Pengusaha Jamur Merang LM3 Agrina Di Tanjong Paya

No	Identitas Responden	Tahun	Jiwa
1	Usia Responden	26	-
2	Tingkat Pendidikan Responden	17	-
3	Pengalaman Melakukan Usaha Jamur Merang	4	-
4	Jumlah Tanggungan Responden	-	-

Sumber : Hasil Penelitian Tahun 2015 (diolah)

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa umur pemilik LM3 Agrina atau responden adalah 26 tahun, hal ini berarti responden tergolong dalam usia yang masih produktif, sehingga dapat mendukung adanya peningkatan usaha jamur merang LM3 Agrina agar lebih maju dan produktif. Lama pendidikan formal dari responden adalah perguruan tinggi (Universitas). Lama pengalaman mengusahakan jamur merang LM3 Agrina dari responden adalah 4 tahun. Responden baru berkecimpung dalam usaha jamur merang karena usaha ini merupakan usaha yang dipelajari selama menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Responden sudah mengetahui bagaimana mereka akan mengambil keputusan pada saat kondisi sedang tidak mendukung seperti meningkatnya harga bahan baku. Responden dalam melakukan usaha jamur merang ini hanya membutuhkan tenaga kerja sebanyak 3 orang dari warga sekitar tempat produksi.

Usaha jamur merang LM3 Agrina merupakan usaha yang menguntungkan dikarenakan harga jualnya baik, pemasarannya sudah terjamin, adanya bantuan modal dan iklimnya sangat baik untuk melakukan usaha ini. Pinjaman modal diterima dari Dinas Pertanian dalam bentuk uang sebesar Rp. 100.000.000 tanpa suku bunga dengan jangka pengembalian pinjaman 3 tahun. Luas lahan budidaya jamur merang adalah 60 m dengan jumlah kumbung adalah 3 buah. Baglog untuk budidaya jamur merang adalah sebanyak 36 rak. Benih jamur merang diperoleh dari pulau Jawa.

Kendala budidaya jamur merang adalah dalam pengadaan bibit dan medianya. Dalam 1 kali pemanenan, jumlah produksi jamur merang adalah 150 kg dengan harga jual perkgnya adalah Rp. 40.000. Pemanenan jamur merang dilakukan 1 bulan sekali. Jamur merang setelah dipanen hanya dapat bertahan 2 hari. Pemasaran jamur merang dilakukan secara langsung merupakan saluran pemasaran I. Pemasaran melalui pedagang pengecer adalah saluran II yaitu

biaya pemasaran yang harus dikeluarkan adalah Rp. 5000 perkg untuk biaya komisi kepada pedagang pengecer. Sebelum melakukan pemasaran jamur merang, pengusaha akan melakukan penyortiran untuk memilih dan membuang jamur-jamur yang sudah busuk.

Saluran pemasaran jamur merang oleh Lembaga Mandiri Mengakar Masyarakat (LM3) Agrina di Tanjong Paya Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen memiliki 2 saluran yaitu sebagai berikut :

- Saluran Pemasaran I : LM3 Agrina → Konsumen.
- Saluran Pemasaran II : LM3 Agrina → Pedagang Pengecer.

### **Biaya, Keuntungan dan Margin Pemasaran**

#### **1. Biaya Pemasaran**

Biaya pemasaran jamur merang LM3 Agrina adalah biaya yang dikeluarkan untuk segala keperluan dalam pemasaran jamur merang. Yang menjadi biaya pemasaran jamur merang LM3 Agrina adalah biaya komisi. Biaya komisi adalah biaya yang harus dikeluarkan pelaku usaha jamur merang LM3 Agrina kepada pedagang pengecer. Hal ini dikarenakan, pedagang pengecer yang mendatangi LM3 Agrina untuk membeli jamur merang sehingga pemilik usaha tidak lagi melakukan proses pemasaran yang meliputi biaya promosi, biaya antar jamur merang ke pedagang pengecer dan biaya distribusi lainnya. Besarnya biaya komisi yang diberikan oleh pemilik usaha LM3 Agrina terhadap pedagang pengecer adalah Rp. 5.000 perkg. Besarnya biaya pemasaran jamur merang dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Bp = Bp1 = \text{Rp. } 5000$$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan rumus, diketahui bahwa biaya pemasaran jamur merang LM3 Agrina yang harus dikeluarkan oleh pemilik usaha adalah sebesar Rp. 5.000 perkg. Dalam 1 kali masa pemasaran, biaya pemasaran jamur merang

LM3 Agrina yang harus dikeluarkan oleh pemilik usaha adalah  $150 \text{ kg} \times \text{Rp. } 5.000 = \text{Rp. } 750.000$ . Berarti dalam 1 bulan, pengusaha jamur merang LM3 Agrina harus mengeluarkan biaya komisi kepada pedagang pengecer yang merupakan biaya pemasarannya adalah sebesar Rp. 750.000.

Usaha pemasaran jamur merang LM3 Agrina di Gampong Tanjong Paya Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen tidak mengeluarkan banyak biaya pemasaran seperti halnya usaha-usaha home industri pada umumnya. Hal ini dikarenakan para pedagang pengecer yang mendatangi LM3 Agrina untuk membeli jamur merang sehingga pemilik usaha ini tidak harus lagi untuk melakukan promosi dan distribusi. Secara tidak langsung akan mengurangi biaya pemasaran dalam penjualan jamur merang oleh LM3 Agrina di Gampong Tanjong Paya Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen.

## 2. Keuntungan

### Pemasaran

Selisih harga yang dipasarkan oleh pemilik usaha LM3 Agrina di Gampong Tanjong Paya Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen dikurangi dengan biaya pemasaran jamur merang disebut keuntungan pemasaran. Adapun harga jamur merang yang dipasarkan oleh pemilik usaha LM3 Agrina kepada konsumen adalah Rp. 40.000 perkg sedangkan harga jual jamur merang dari pemilik usaha LM3 Agrina ke pedagang pengecer adalah Rp. 35.000 perkg dikarenakan biaya komisi sebesar Rp. 5.000 yang diberikan pemilik usaha LM3 Agrina kepada pedagang pengecer. Pemilik usaha LM3 Agrina dan pedagang pengecer ingin mendapatkan pendapatan dari penjualan jamur merang, maka harga penjualan jamur merang oleh pemilik usaha LM3 Agrina dan pedagang pengecer juga berbeda. Besarnya keuntungan pemasaran jamur merang LM3 Agrina dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

#### a. Keuntungan dari Pemasaran Jamur Merang LM3 Agrina Kepada Konsumen

$$Kp = Kp1 = \text{Rp. } 40.000$$

Berdasarkan hasil tabulasi dengan rumus di atas, dapat diketahui bahwa keuntungan dari pemasaran jamur merang kepada konsumen yang diperoleh oleh pemilik usaha LM3 Agrina adalah sebesar Rp. 40.000 perkg. Dalam hal ini dapat diketahui bahwa untuk satu kali masa pemasaran jamur merang yang dilakukan oleh LM3 Agrina memperoleh keuntungannya adalah  $150 \text{ kg} \times \text{Rp. } 40.000 = \text{Rp. } 6.000.000$ . Berarti dalam 1 bulan, pemilik usaha LM3 Agrina di Gampong Tanjong Paya Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen memperoleh pendapatan sebesar Rp. Rp. 6.000.000.

#### b. Keuntungan dari Pemasaran Jamur Merang LM3 Agrina Kepada Pedagang Pengecer

$$Kp = Kp1 = \text{Rp. } 35.000$$

Berdasarkan hasil tabulasi dengan rumus di atas, dapat diketahui bahwa keuntungan dari pemasaran jamur merang kepada pedagang pengecer yang diperoleh oleh pemilik usaha LM3 Agrina adalah sebesar Rp. 35.000 perkg. Dalam hal ini dapat diketahui bahwa untuk satu kali masa pemasaran jamur merang yang dilakukan oleh LM3 Agrina memperoleh keuntungannya adalah  $150 \text{ kg} \times \text{Rp. } 35.000 = \text{Rp. } 5.250.000$ . Berarti dalam 1 bulan, pemilik usaha LM3 Agrina di Gampong Tanjong Paya Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen memperoleh pendapatan sebesar Rp. Rp. 5.250.000.

Untuk kedua saluran pemasaran yang dilakukan oleh LM3 Agrina memperoleh keuntungan yang berbeda. keuntungan dari saluran pemasaran jamur merang kepada konsumen lebih tinggi dari keuntungan dengan saluran pemasaran kepada pedagang pengecer.

## 3. Margin pemasaran

Margin pemasaran adalah selisih harga jual jamur merang LM3 Agrina di Gampong Tanjong Paya Kecamatan Peusangan Kabupaten Bireuen kepada konsumen dengan harga jual jamur merang kepada pedagang pengecer. Secara sistematis margin pemasaran

jamur merang LM3 Agrina dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} M_p &= P_r - P_f \\ &= \text{Rp. } 40.000 - \text{Rp. } 35.000 \\ &= \text{Rp. } 5.000 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perolehan margin pemasaran menggunakan rumus di atas adalah Rp. 5.000. Adapun imbalan yang diterima atau pendapatan yang diterima oleh pedagang pengecer adalah sebesar Rp. 5.000 perkg.

Setelah mendapatkan biaya dari margin pemasaran maka selanjutnya akan dihitung persentase dari masing-masing saluran pemasaran. Secara sistematis dapat digunakan rumus sebagai berikut (Sudiyono, 2002) :

a. Persentase Margin Pemasaran Untuk LM3

Agrina (Saluran I)

$$PM I = \left[ \frac{M_p}{P_r} \right] \times 100 \%$$

$$PM I = \left[ \frac{\text{Rp. } 5.000}{\text{Rp. } 40.000} \right] \times 100 \%$$

$$PM I = 0,125 \times 100 \% = 12,5 \%$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat dijelaskan bahwa perolehan persentase margin pemasaran untuk LM3 Agrina adalah 12,5 %. Adapun nilai persentase margin pemasarannya masih sedikit sehingga usaha ini masih layak untuk dijalankan, hal ini dikarenakan nilai persentase margin pemasarannya masih di bawah 50 %.

b. Persentase Margin Pemasaran Untuk Agen (Saluran II)

$$PM II = \left[ \frac{M_p}{P_f} \right] \times 100 \%$$

$$PM II = \left[ \frac{\text{Rp. } 5.000}{\text{Rp. } 35.000} \right] \times 100 \%$$

$$PM II = 0,1428571 \times 100 \% = 14,28 \%$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat dijelaskan bahwa perolehan persentase

margin pemasaran untuk agen atau pedagang pengecer adalah 14,28 %. Adapun nilai persentase margin pemasarannya masih sedikit sehingga agen masih bisa untuk memasarkan jamur merang tersebut, hal ini dikarenakan nilai persentase margin pemasarannya masih di bawah 50 %.

4. Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran jamur merang LM3 Agrina secara ekonomis dapat diketahui dari besarnya bagian yang diterima pemilik usaha LM3 Agrina dan persentase margin pemasaran yang dinyatakan dalam persen (%). Pemasaran jamur merang dianggap efisien secara ekonomis apabila nilai persentase margin pemasaran lebih rendah dari persentase bagian yang diterima oleh masing-masing saluran pemasaran. Efisiensi masing-masing saluran pemasaran dapat dihitung dengan nilai persentase margin pemasaran, menggunakan rumus sebagai berikut :

a. Persentase bagian yang diterima LM3 Agrina (Saluran I)

$$F = 100 \% - PM I$$

$$F = 100 \% - 12,5 \% = 87,5 \%$$

Berdasarkan penggunaan rumus di atas, diperoleh hasil persentase bagian yang diterima oleh LM3 Agrina adalah 87,5 %. Melihat perbandingan hasil persentase margin pemasaran dengan persentase yang diterima LM3 Agrina secara ekonomis usaha ini efisien dikarenakan persentase margin pemasarannya lebih kecil dari persentase bagian yang diterima oleh LM3 Agrina.

b. Persentase bagian yang diterima Agen (Saluran II)

$$F = 100 \% - PM II$$

$$F = 100 \% - 14,28 \% = 85,72 \%$$

Berdasarkan penggunaan rumus di atas, diperoleh hasil persentase bagian yang diterima oleh agen atau pedagang pengecer adalah 85,72 %. Melihat perbandingan hasil persentase margin pemasaran dengan persentase yang diterima pedagang pengecer secara ekonomis kegiatan pemasarannya efisien dikarenakan persentase margin pemasarannya lebih kecil dari persentase

bagian yang diterima oleh pedagang pengecer.

## KESIMPULAN

Sistem pemasaran jamur merang oleh LM3 Agrina dilakukan dengan 2 saluran yaitu langsung dan tidak langsung. Keuntungan dari saluran pemasaran jamur merang kepada konsumen satu kali masa pemasaran jamur merang diperoleh keuntungan adalah Rp. 6.000.000. sedangkan keuntungan dari saluran pemasaran jamur merang kepada pedagang pengecer dalam satu kali masa pemasaran jamur merang diperoleh keuntungan adalah Rp. 5.250.000. Perbandingan hasil persentase margin pemasaran LM3 Agrina adalah 12,5 % dengan persentase yang diterimanya yaitu 87,5 % usaha ini efisien dikarenakan persentase margin pemasarannya lebih kecil dari persentase bagian yang diterima oleh LM3 Agrina. Sedangkan perbandingan hasil persentase margin pemasaran oleh pedagang pengecer adalah 14,28 % dengan persentase yang diterimanya yaitu 85,72 % secara ekonomis kegiatan pemasarannya efisien dikarenakan persentase margin pemasarannya lebih kecil dari persentase bagian yang diterima oleh pedagang pengecer.

## DAFTAR PUSAKA

- Andoko A, Parjimoha H. 2007. *Budidaya Jamur*. Jakarta: Agromedia.
- Anonymous, 2010. *Menguak Guruhnya Usaha Budi Daya Jamur*.
- Basu Swastha dan Irawan, 2006, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Basu Swastha, (1997), *Azas-Azas Marketing*, Liberty : Jakarta. Malang.
- BPS, (2015). *Gambaran Umum Kabupaten Bireuen*. Buku Putih Sanitasi Kabupaten Bireuen.
- Darmawati, dkk. (2005). "Hubungan Corporate Governance dan Kinerja Perusahaan". *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia* Vol, 8, No 6, Hal 65-81.
- Intan Ayu, P. (2010). *Analisis Pemasaran Jeruk di Kabupaten Bangli*. *Jurnal Pemasaran* Vol 3. Agribisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
- Isdiyanto, Dwi Arie. 2002. *Analisis Saluran Pemasaran Ayam Kampung (Gallus domesticus) Di Jakarta Selatan Propinsi DKI Jakarta* [Skripsi]. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Kotler Philip, (2002), *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan*.
- Pasaribu, T., Permana D . R., dan Alda E.R ., 2002. *Aneka Jamur Unggulan Yang Menembus Pasar*. Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Rahim, dkk. DRW.2007. *Ekonomi Pertanian*. Penebar Swadaya, Jakarta.
- Rahwana, Heri. 2003. *Analisis Usahatani Jamur Tiram Putih di Kecamatan Cicurug dan Parung Kuda Kabupaten Sukabumi*. [Skripsi]. Bogor : Institut Pertanian Bogor.
- Redaksi Trubus. 2004. *Pengalaman Pakar & Praktisi Budidaya Jamur*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Raharyu, S. 2013. *Strategi Pemasaran Durian Sanggaran di Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar*. *Jurnal Agribisnis* Vol, 6. Bogor : Institut Pertanian Bogor.
- Sinaga, M. Suradji. 2000. *Jamur Merang dan Budi Dayanya*. PT Penebar Swadaya. Jakarta.
- Soekartawi, 1993, *Manajemen Pemasaran Dalam Bisnis Modern*, Pustaka Harapan, Jakarta.
- Stanton, William J. 1993. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Edisi ke Tujuh, Alih Bahasa Y. Lamarto, Erlangga.
- Sudiyono, 2002. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. Kota Malang
- Shukendar, 2011. *Budidaya Jamur Merang. Kabar Pertanian Petani Berjaya Rakyat Sejahtera*.  
<http://shukendar.blogspot.co.id/2011/11/budidaya-jamur-merang>.