

**ANALISIS TATANIAGA USAHA JAMUR TIRAM PADA USAHA
KULAT BUNGONG STUDI KASUS DI GAMPONG SUAK
LABU KECAMATAN TANGAN-TANGAN
KABUPATEN ACEH BARAT DAYA**

SKRIPSI

IRDAWATI
NIM.11C10404037



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS TEUKU UMAR
MEULABOH, ACEH BARAT
2023**

**ANALISIS TATANIAGA USAHA JAMUR TIRAM PADA USAHA
KULAT BUNGONG STUDI KASUS DI GAMPONG SUAK
LABU KECAMATAN TANGAN-TANGAN
KABUPATEN ACEH BARAT DAYA**

SKRIPSI

**Diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan
memenuhi syarat-syarat guna memperoleh
gelar sarjana pertanian**

OLEH

**IRDAWATI
NIM.11C10404037**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS TEUKU UMAR
MEULABOH-ACEH BARAT
2023**



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS TEUKU UMAR
FAKULTAS PERTANIAN

MEULABOH, ACEH BARAT 23615; PO BOX 59
Laman : www.utu.ac.id, Email : pertanian@utu.ac.id

Meulaboh, 22 Mei 2023

Program Studi : Agribisnis
Jenjang : Strata 1 (S1)

LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dengan ini kami menyatakan bahwa kami telah mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : IRDAWATI
NIM : 11C10404037

Dengan judul:
Analisis Tataniaga Jamur Tiram Studi Kasus di Desa Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya

Yang diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh gelar sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Teuku Umar Meulaboh

Mengesahkan,

Pembimbing Utama

Pembimbing Anggota

Dr. Ir. Aswin Nasution, M.Si
NIDN. 01 2408 6503

Sufriadi, SP, MP
NIDN. 01 0687 001

Mengetahui

Fakultas Pertanian
Dekan,

Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian
Ketua,

Ir. Yuliatul Muslimah, MP
NIP. 19640727 199203 2 002

Devi Agustia, SP, M.Si
NIDN. 01 18088602



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS TEUKU UMAR

FAKULTAS PERTANIAN

MEULABOH, ACEH BARAT 23615; PO BOX 59

Laman : www.utu.ac.id, Email : pertanian@utu.ac.id

Meulaboh 22 Mei 2017

Program Studi : Agribisnis
Jenjang : Strata 1 (S1)

LEMBARAN PERSETUJUAN KOMISI UJIAN

Dengan ini kami menyatakan bahwa kami telah mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : IRDAWATI
NIM : 11C10404037

Dengan judul:
Analisis Tataniaga Jamur Tiram Studi Kasus Di Desa Suak Labu Kecamatan
Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya

Yang telah di pertahankan didepan Komisi Ujian pada Tanggal 22 Mei 2023

Menyetujui
Komisi Ujian

Tanda Tangan

Ketua : Dr. Ir. Aswin Nasution, M.Si

Sekretaris : Sufriadi, SP, MP

Anggota : Sri Handayani, SP, M.Si

Anggota : Devi Agustia, SP, M.Si

Mengetahui :
Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian
Ketua,

Devi Agustia, SP, M.Si
NIDN. 01 18088602

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **IRDAWATI**
NIM : 11C10404037
Tempat Tanggal Lahir : Desa Suak Labu/ 24 Juli 1989

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Tataniaga Jamur Tiram Studi Kasus Di Desa Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya” benar berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan maupun kegiatan penelitian yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena skripsi ini dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Teuku Umar.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Aceh Barat, 22 Mei 2023

Yang membuat pernyataan,

Materai
Rp 6000

IRDAWATI
11C10404037

PERSEMBAHAN



Segala Puji bagi Allah Azzawajalla yang Maha Agung, Maha Tinggi dan Maha Adil serta Maha Penyayang, atas takdir dan kehendakmu. Engkau jadikan diriku manusia yang senantiasa berpikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini. Semoga langkah kecil ini menjadi awal sebuah keberhasilan bagi diriku untuk meraih cita-cita besar yang telah digantungkan. Sholawat dan salam senantiasa dilimpahkan kepada Rasulullah SAW, betapa hamba ini mencintai dirinya, keluarganya, para sahabat dan segenap pengikutnya.

Dengan menadahkan tangan seraya berdoa dalam syukur yang tak terkira terima kasih untuk Ayahanda dan Ibunda. Kupersembahkan sebuah karya kecil untuk ayahanda Amiruddin syam dan ibunda tercinta Jami'ah yang tidak pernah berhenti memberiku semangat, doa, dorongan nasehat dan kasih sayang serta pengorbanannya yang tidak akan pernah bisa tergantikan dengan apapun dan sampai kapanpun. Wahai ibunda dan ayahanda terimalah bukti kecil ini sebagai kado keseriusanku untuk membalas semua yang telah diberikan kepadaku.

Kepada adik dan kakakku, terimakasih atas segala doa, dukungan dan semangat serta motivasi yang telah diberikan, hidup ini sangat terlalu berat mengandalkan diri sendiri tanpa melibatkan orang lain. Tiada tempat terbaik untuk berkeluh kesah selain bersama kalian yang aku cintai sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhirnya. Untuk jutaan impian yang harus dicapai, mengejar keping-kepingan hidup menjadi sebuah kebahagiaan agar hidup lebih bermakna teruslah belajar, berusaha dan berdoa untuk menggapainya. Bila gagal mencoba kembali, bila jatuh berdiri kembali jangan pernah sedikitpun terbesit untuk menyerah. Untaian kata-kata kecil inilah yang saya persembahkan buat kalian. Terima kasih yang tidak terhingga saya ucapkan. Atas segala kekurangan dan kekhilafan kurendahkan hati dengan mengucapkan berjuta-juta maaf yang tercurah.

Irdawati, SP

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini hingga selesai, tak lupa pula Shalawat beriring salam penulis sanjungkan kepangkuan Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa kita dari alam jahiliyah kepada alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti saat ini, dan tak lupa rasa terimakasih kepada kedua orang tua, dimana tanpa do'a, dukungan dan kasih sayang mereka penulis tidak akan mampu melangkah kedepan hingga dapat menyelesaikan ini. Skripsi ini berjudul "Analisis Tataniaga Jamur Tiram Studi Kasus di Desa Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya".

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Aswin Nasution, M.Si selaku Dosen Pembimbing Ketua, dan Bapak Sufriadi, SP, MP, selaku Dosen Pembimbing Anggota, yang telah banyak membimbing dan membantu penulis hingga terselesaikannya penulisan akhir ini.
2. Ibu Srihandayani, SP, M.Si selaku Dosen Penguji Ketua, dan Ibu Devi Agustia, SP, M.Si selaku Dosen Penguji Anggota, yang telah banyak memberikan saran dan masukan kepada penulis hingga terselesaikannya penulisan akhir ini.

3. Ibu Yuliatul Muslimah, MP, selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Teuku Umar.
4. Ibu Devi Agustia, SP, M.Si, selaku Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Teuku Umar.
5. Bapak-bapak dan Ibu-ibu Dosen Fakultas Pertanian yang telah membekali penulis dengan berbagai disiplin ilmu.

Akhirnya penulis menyadari masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan baik karena keterbatasan buku maupun kemampuan penulis sendiri dalam mencari dan mengolah data yang ada, maka dari itu penulis menerima kritikan dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulisan ini kedepannya. Atas segala bantuan, bimbingan, dan pengarahan yang telah diberikan, sekali lagi penulis ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya. Semoga Allah SWT dapat membalas semua kebaikan ini, AMIN.

Alue Peunyareng 22 Mei 2023

Penulis

ABSTRAK

IRDAWATI. 2017 Analisis Tataniaga Jamur Tiram Studi Kasus di Desa Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya, dibawah bimbingan **ASWIN NASUTION** dan **SUPRIADI**.

Jamur tiram adalah jenis jamur kayu yang memiliki kandungan nutrisi lebih tinggi dibandingkan dengan jenis jamur kayu lainnya. Seiring dengan popularitas serta memasyarakatnya jamur tiram sebagai obat dan bahan makanan lezat dan bergizi, maka permintaan konsumen dan pasar jamur tiram di berbagai daerah terus meningkat.. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tataniaga Usaha Jamur Tiram Pada Usaha Kulat Bungong di Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya, data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa saluran tataniaga pada UD. Jamur Tiram yang terdapat di Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan, terdiri dari 3 tipe saluran yaitu: 1) Produsen → Pedagang pengumpul → Pedagang Agen → Pedagang Pengecer → Konsumen. 2) Produsen → Pedagang Pengecer → Konsumen 3) Produsen → Konsumen. Berdasarkan hasil penelitian dari keseluruhan tipe saluran tataniaga, tipe 3 merupakan tipe saluran yang paling efisien karena bagian yang diterima produsen lebih besar dari 50 %.

Kata Kunci: Margin Tataniaga, Biaya, Keuntungan, Share Margin

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBARAN PENGESAHAN KOMISI UJIAN	iii
LEMBARAN PERNYATAAN ORIGINALITAS	iv
LEMBARAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Jamur.....	8
2.2 Jamur Tiram	9
2.3 Tataniaga.....	10
2.4 Saluran <i>Pemasaran (Marketing Channel)</i>	12
2.5 Margin Pemasaran (<i>Marketing Margin</i>)	17
2.6 Kerangka Pemikiran	20
2.7 Hipotesis	20
2.8 Penelitian Terdahulu	21
III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Lokasi, Waktu dan Objek Penelitian	23
3.2 Populasi dan Sampel	23
3.3 Jenis dan Sumber Data	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.5 Metode Analisis Data.....	25
3.6 Definisi Operasional	26
IV. HASIL PENELITIAN	
4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian	28
4.2 Karakteristik Responden	29
4.3 Saluran Pemasaran	32
4.4 Analisis Produksi dan Pendapatan	36
4.5 Biaya, Margin dan Keuntungan Pemasaran.....	42

V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	54
KUESIONER	55
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

No	Teks	Halaman
Tabel 1.	Jumlah Responden Pada Tiap-Tiap Lembaga Tataniaga di Usaha Kulat Bungong	21
Tabel 2.	Karakteristik Responden Petani Jamur tiram.....	29
Tabel 3.	Karakteristik Responden Pedagang pada Masing-masing Saluran Jamur Tiram.....	31
Tabel 4.	Harga Jamur Tiram di Tingkat Lembaga Pemasaran	35
Tabel 5.	Biaya produksi petani dalam budidaya Jamur Tiram	37
Tabel 6.	Penerimaan, Biaya dan Keuntungan Produsen Jamur Tiram.....	38
Tabel 7.	Penerimaan, Biaya dan Keuntungan Pedagang Pengumpul	40
Tabel 8.	Penerimaan, Biaya dan Keuntungan Pedagang Agen.....	41
Tabel 9.	Penerimaan, Biaya dan Keuntungan Pedagang Pengecer	42
Tabel 10.	Biaya Pemasaran Jamur Tiram	43
Tabel 11.	Marjin Pemasaran Jamur Tiram	45
Tabel 12.	<i>Producer Share</i> pada usaha Jamur Tiram.....	47
Tabel 13.	Ratio Keuntungan/Biaya Tataniaga pada usaha Jamur Tiram.....	49

DAFTAR GAMBAR

No	Teks	Halaman
	Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	20
	Gambar 2. Saluran Tataniaga Manisan Pala pada Usaha Jamur Tiram	34

DAFTAR LAMPIRAN

No	Teks	Halaman
Lampiran 1.	Kuisisioner Penelitian	55
Lampiran 2.	Karakteristik Responden	59
Lampiran 3.	Biaya tetap produsen	60
Lampiran 4.	Biaya tidak tetap produsen	61
Lampiran 5.	Rata-rata biaya, penerimaan, dan pendapatan produsen	62
Lampiran 6.	Biaya Tetap Pedagang pengumpul.....	63
	Biaya Tetap Pedagang agen	64
Lampiran 7.	Rata-rata biaya, penerimaan, dan pendapatan pedagang pengumpul.....	65
Lampiran 8.	Rata-rata biaya, penerimaan, dan pendapatan pedagang agen	66
Lampiran 9.	Rata-rata biaya, penerimaan, dan pendapatan pedagang pengecer	66
Lampiran 10.	Margin Pemasaran, Producer`s share dan ratio keuntungan	67

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jamur merupakan salah satu komoditi yang mempunyai harapan di masa depan, mengingat permintaan pasar cukup tinggi sedangkan produksi rendah. Singapura misalnya, membutuhkan 100 ton jamur tiram setiap bulan dan Malaysia membutuhkan jamur tiram sekitar 15 ton tiap minggunya. Kebutuhan jamur tiram di pasaran dalam negeri juga mempunyai prospek yang sangat cerah. Kebutuhan jamur tiram untuk Jakarta, Bogor, Sukabumi, Bandung, dan sekitarnya rata-rata 15 ton setiap harinya (Mayun, 2007).

Jamur hanya tumbuh secara alami pada musim hujan. Inisiatif pembudidayaan jamur dilakukan saat kebutuhan terus meningkat, sedangkan persediaan di alam terbatas. Berkat pengamatan dan ketelitian mempelajari cara hidupnya, manusia berhasil membudidayakan jamur berhasil dilakukan dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang meningkat setiap saat (Tim Karya Tani Mandiri, 2010).

Jamur mempunyai nilai gizi (terutama protein) yang cukup tinggi namun berkolesterol rendah dan berkhasiat obat. Jamur tiram kaya akan protein kasar dan karbohidrat bebas Nitrogen (*N - face carbohydrate*). Tingkat kandungan serat kasar dan abunya moderat atau sedang, sedangkan kandungan lemaknya rendah. Namun jamur merupakan sumber protein dan mineral yang baik dengan kandungan Kalium (K), dan fosfor (P) tinggi. Jamur tiram juga mengandung kalsium, magnesium, tembaga, seng, besi. Sementara logam berat beracun seperti Pb dan Cd tidak terkandung dalam jamur tiram. Jamur juga mengandung

bermacam-macam vitamin. Walaupun tidak mengandung vitamin A, tapi kandungan riboflavin, tiamin, cukup tinggi (Sinaga, 2009).

Saat ini kebutuhan akan protein dan makanan yang bergizi tinggi sudah sangat mendesak sekali, salah satu komoditas pangan hortikultura yang sedikit mengandung bahan kimia adalah jamur tiram (*Pleurotus ostreatus*[Jacq. Ex. Fr] *Kummer*) yang telah di budidayakan secara meluas dan dapat dikembangkan serta diarahkan untuk dapat memperbaiki keadaan gizi masyarakat. Mengingat kandungan gizinya, kiranya jamur tiram dapat dijadikan alternatif untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Jamur tiram merupakan sumber protein nabati yang tidak mengandung kolesterol sehingga aman untuk dikonsumsi setiap orang (Suriawiria, 2006). Jamur tiram berbentuk tudung membulat, lonjong, dan agak melengkung seperti cangkang tiram. Ciri fisik jamur tiram yaitu tudungnya yang menyerupai cangkang tiram dengan diameter 5-15 cm, permukaannya licin dan agak berminyak ketika lembab, bagian tepinya agak bergelombang, letak tangkai lateral agak disamping tudung dan daging buah berwarna putih *Pleurotus spp.* Dapat tumbuh di kayu-kayu lunak dan dapat tumbuh pada ketinggian 600 meter dpl, dengan suhu 15°-30°Celcius, berkembang pada pH 5,5-7 dan kelembaban 80 persen – 90 persen. Spesies ini tidak memerlukan intensitas cahaya tinggi karena akan merusak miselia jamur dan tubuh buah jamur (Muchrodi, 2001).

Jamur tiram adalah jenis jamur kayu yang memiliki kandungan nutrisi lebih tinggi dibandingkan dengan jenis jamur kayu lainnya. Komposisi dan kandungan nutrisi jamur tiram setiap 100 gram yaitu kalori 367 kal; protein 30,4%; karbohidrat 56,6%; lemak 2,2%; thiamin 0,20 mg; riboflavin 4,9 mg; niacin 77,2 mg; kalsium 314 mg; kalium 3.793 mg; fosfor 717 mg; natrium 837 mg; besi 18,2

mg. Jamur tiram juga mengandung 18 asam amino yang dibutuhkan oleh tubuh manusia dan tidak mengandung kolesterol. Khasiat jamur tiram untuk kesehatan adalah untuk menghentikan pendarahan dan mempercepat pengeringan luka pada permukaan tubuh, mencegah penyakit diabetes melitus, penyempitan pembuluh darah, menurunkan kolesterol darah, menambah vitalitas dan daya tahan tubuh, serta mencegah penyakit tumor atau kanker, kelenjar gondok, influenza, sekaligus memperlancar buang air besar (Djarajah dan Abbas, 2001).

Seiring dengan popularitas serta memasyarakatnya jamur tiram sebagai obat dan bahan makanan lezat dan bergizi, maka permintaan konsumen dan pasar jamur tiram di berbagai daerah terus meningkat. Aspek pemasaran merupakan aspek yang sangat penting, bila mekanisme pemasaran berjalan dengan baik maka semua pihak yang terlibat akan diuntungkan, oleh karena itu peranan lembaga pemasaran yang biasanya terdiri dari produsen, tengkulak, pedagang pengumpul, eksportir, importir, pedagang pengecer, dan lainnya menjadi sangat penting. Pada beberapa negara berkembang lemahnya pemasaran hasil pertanian atau lemahnya kompetisi pasar yang sempurna akan mempengaruhi mekanisme pasar (Soekartawi, 2003).

Seiring dengan perkembangan pertanian, kegiatan agribisnis di Indonesia sendiri berkembang dengan pesat. Hal ini disebabkan adanya ide kreatif dan inovatif dari laju agribisnis. Seiring dengan ide tersebut konsep pemasaran pun turut berkembang. Kegiatan pemasaran sekarang sudah mulai difokuskan pada pemasaran kebutuhan konsumen, pemasaran juga harus dipikirkan jauh hari sebelumnya agar lebih tepat pada sasaran konsumen (Hutomo, 2009).

Menurut Masyhuri (2004), sektor pertanian dalam wawasan agribisnis pada perekonomian nasional memberikan beberapa hal yang menunjukkan keunggulan yang dapat dipertimbangkan. Keunggulan tersebut antara lain nilai tambah pada pemasaran hasil pertanian.

Pemasaran merupakan suatu kegiatan usaha untuk menyampaikan barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Proses ini merupakan suatu jalur yang melibatkan lembaga-lembaga tataniaga, seperti agen, pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer, serta industri pengolahan dan sebagainya. Strategi pemasaran sangat diperlukan untuk pencapaian serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang pada dasarnya memberikan arah dalam kaitannya dengan pengambilan kebijakan. Sistem tataniaga yang efisien dapat dicapai dengan memperbaiki struktur pasar, yaitu struktur pasar yang menuju pada pasar persaingan sempurna dengan syarat jumlah pembeli dan penjual cukup banyak sehingga pembeli atau penjual tidak mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi pasar (Lamb, 2000).

Namun demikian petani jamur dihadapkan pada masalah *intern* dan *ekstern*. Masalah *intern* diantaranya keterbatasan faktor produksi seperti modal usaha, dan tenaga kerja. Masalah *ekstern* adalah diantaranya cuaca yang tidak menentu seperti hujan dan badai membuat pertanian jamur tiram gagal panen. Dengan demikian petani harus pandai memilih dan mengkoordinasikan saluran pemasaran yang menguntungkan serta mengkombinasikan faktor produksi yang ada sehingga dapat menghasilkan pendapatan yang maksimal. Sedangkan masalah *ekstern* adalah kondisi alam atau manusia serta serangan hama dan penyakit.

Menyadari pentingnya saluran pemasaran dalam rangka peningkatan penjualan, maka aspek yang akan diteliti pada penelitian ini adalah saluran pemasaran jamur tiram pada usaha Kulat Bungong di Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-tangan Kabupaten Aceh Barat Daya. Dari beberapa saluran pemasaran yang dikemukakan oleh para ahli, terdapat gambaran bahwa saluran pemasaran pada hakikatnya merupakan serangkaian upaya yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Aspek pemasaran lebih banyak ditentukan oleh peranan lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran yang berperan tersebut diantaranya adalah petani, pedagang pengumpul, dan pengecer. Lembaga pemasaran yang berfungsi sebagai penghubung akan membentuk pola jalur distribusi atau saluran pemasaran. Diantara lembaga pemasaran yang ada, posisi petani sangat lemah karena umumnya petani bersifat pasif dalam posisi tawar menawar sehingga mengakibatkan harga lebih banyak ditentukan atau dikuasai oleh pedagang.

Salah satu usaha jamur tiram yang memiliki potensi cukup besar adalah Usaha Kulat Bungong di Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya. Usaha ini berdiri sejak Tahun 2009 ini sangat menjanjikan, hal ini dapat dilihat dari harga jual yang diperoleh dari hasil penjualan. Harga yang diterima oleh pengusaha (produsen) ini sebesar Rp.40.000/kg. Produksi dari jamur tiram yang dihasilkan oleh Usaha Kulat Bungong juga cukup baik, hal ini dapat dilihat dari perolehan produk jamur dalam setiap kali panen yakni mencapai 30 kg dengan rentang waktu 1 minggu sekali. Jamur tiram selama ini dijual kepada pengumpul sebesar Rp.40.000,-, dan selanjutnya pengumpul menjual jamur tiram tersebut ke pengecer dengan harga

sebesar Rp.45.000,-/kg sampai akhirnya produk sampai kepada konsumen akhir dengan harga sebesar Rp.50.000,-/kg.

Dalam proses perjalanan usaha yang dijalankan oleh Usaha Kulat Bungong, terdapat beberapa hambatan dalam hal saluran pemasaran produk jamur tiram, salah satunya terkait dengan panjangnya jalur tataniaga yang ada saat ini sehingga secara tidak langsung mengurangi pendapatan usaha yang dijalankan. Di samping itu, permasalahan lainnya adalah ketahanan dari jamur tiram yang tidak mampu disimpan dalam suhu ruang dalam waktu yang cukup lama. Sehingga ini juga menjadi alasan dasar dalam sistem pemasaran yang ada di Kulat Bungong Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya.

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, maka penulis merasa perlu melakukan penelitian tentang **“Analisis Tataniaga Usaha Jamur Tiram Pada Usaha Kulat Bungong di Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, dapat dirumuskan permasalahannya adalah: bagaimanakah tataniaga Usaha Jamur Tiram Pada Usaha Kulat Bungong di Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah : untuk mengetahui tataniaga Usaha Jamur Tiram Pada Usaha Kulat Bungong di Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diberikan dalam penelitian ini, diantaranya :

- a. Dapat menambah pengetahuan peneliti tentang tataniaga Usaha Jamur Tiram Pada Usaha Kulat Bungong di Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya dan sebagai syarat memperoleh gelar sarjana pertanian pada Fakultas Pertanian Universitas Teuku Umar.
- b. Bagi Pengusaha dapat dijadikan sebagai bahan informasi tentang tataniaga Usaha Jamur Tiram Pada Usaha Kulat Bungong di Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya
- c. Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain, yang akan melakukan penelitian berkaitan dengan penelitian ini.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Jamur

Pengertian Jamur adalah organisme eukariot (inti selnya dilapisi selaput atau telah memiliki membran) yang tidak berklorofil. Jamur ada yang bersel tunggal (*uniseluler*) dan ada yang bersel banyak (multiseluler). Sel jamur (Fungi) tubuhnya terdiri atas benang-benang yang berderet yang membentuk benang halus atau disebut hifa. Hifa ini kemudian bercabang-cabang dan berbentuk anyaman. Hifa yang berbentuk anyaman ini dinamakan miselium. Pada hifa terdapat juga spora yang berperan dalam proses reproduksi. Jamur saprofit hidup dari sisa organik atau bahan yang sudah mati sedangkan jamur parasit hidup dari mengambil makanan secara langsung dari inangnya tempat jamur tersebut menumpang (Mawardi dan Hidayani, 2014).

Menurut Campbell (2003), jamur adalah eukariota dan sebagian besar adalah eukariota multiseluler. Meskipun fungi pernah dikelompokkan ke dalam kingdom tumbuhan, fungi adalah organisme unik yang umumnya berbeda dari eukariota lainnya ditinjau dari cara memperoleh makanan, organisasi struktural serta pertumbuhan dan reproduksi.

Jamur banyak ditemukan pada lingkungan sekitar yang tumbuhan subur khususnya pada musim hujan karena jamur menyukai habitat yang tempatnya lembab. Tetapi jamur dapat ditemukan disemua tempat yang terdapat materi organik. Jamur memiliki morfologi tubuh yang unik, tubuh jamur ada yang berbentuk payung, mangkuk, bulat, seperti kuping dan berbentuk setengah lingkaran. Jamur berkembang biak atau bereproduksi untuk mempertahankan keturunannya dengan beberapa cara, ada yang secara tak kawin (aseksual) dan ada

cara kawin (seksual). Umumnya jamur berkembang biak dengan cara spora. Spora jamur ini dibedakan mejadi 2, yaitu spora aseksual dan spora seksual. Perbedaan keduanya didasarkan atas cara pembelahannya. Didalam hidup jamur, fase hidupnya dibedakan menjadi dua macam, yaitu; fase haploid (n) dan fase diploit ($2n$), pada fase hiploitnya berupa miselium dan fase diploitnya berupa zigot, kedua fase tersebut terjadi baik pada jamur yang bersel tunggal (*uniselular*) maupun pada jamu bersel banyak (*multiselular*) (Sinaga, 2009).

2.2 Jamur Tiram

Jamur tiram dalam bahasa Yunani disebut *Pleurotus*, artinya bentuk samping atau posisi menyamping antara tangkai dengan tudung. Sedangkan sebutan nama tiram, karena bentuk atau tubuh buahnya menyerupai kulit tiram atau cangkang tiram (Soenanto, 2000).

Jamur tiram (*Pleurotus ostreatus*) merupakan jenis jamur kayu karena jamur ini banyak tumbuh pada media kayu yang sudah lapuk. Jamur tiram tidak mempunyai klorofil, sehingga jamur tidak dapat menyediakan makanan sendiri dengan cara fotosintesis seperti pada tanaman yang berklorofil. Oleh karena itu jamur tiram mengambil zat-zat makanan yang sudah jadi yang dibuat atau dihasilkan oleh organisme lain untuk kebutuhan hidupnya. Karena ketergantungannya terhadap organisme lainnya inilah maka jamur tiram digolongkan sebagai tanaman heterotrofik (Cahyana dan Ibrahim, 2006).

Jamur tiram adalah salah satu jamur yang sangat enak dikonsumsi dalam bentuk masakan, jamur tiram juga dapat dikonsumsi dalam keadaan mentah atau segar, baik sebagai campuran salad maupun lalapan. Bahkan dapat diolah menjadi semacam keripik. Jamur tiram juga mempunyai kandungan gizi

yang cukup tinggi dibandingkan dengan jamur lainnya. Jamur tiram memiliki kadar protein yang tinggi dengan asam amino yang lengkap, termasuk asam amino esensial yang dibutuhkan manusia. Selain itu jamur tiram mengandung karbohidrat, berbagai mineral dari unsur-unsur Ca, P, Fe, Na, K, serta vitamin B1, B2, C, dan memiliki kandungan serat mulai 7,4% sampai 27,6% dan sangat baik bagi pencernaan (Soenanto, 2000).

Jamur tiram terdiri atas beberapa jenis, dengan bentuk dan warna tubuh buah maupun nama setempat yang berbeda. Tetapi yang paling banyak dibudidayakan jenis jamur tiram putih, abu-abu, dan coklat. Karena jenis jamur tiram tersebut mempunyai sifat adaptasi dengan lingkungan yang baik dan tingkat produktifitasnya cukup tinggi (Cahyana dan Ibrahim, 2006).

Tanaman jamur tiram dapat tumbuh di daerah-daerah yang memiliki ketinggian tempat di bawah 600 meter dari permukaan laut, namun tidak tertutup kemungkinan jamur tiram dapat tumbuh pada lokasi dataran rendah yang memiliki lingkungan beriklim dingin ataupun sejuk, jauh dari polusi, dengan suhu udara antara 15⁰C sampai 28⁰C, di lokasi yang memiliki kadar air sekitar 60% dan derajat keasaman atau pH 6-7. Secara alami jamur tiram banyak ditemukan tumbuh di batang- batang kayu lunak yang telah lapuk seperti pohon karet, damar, kapuk, atau sengon yang tergeletak di lokasi yang sangat lembab dan terlindung, dengan kadar oksigen cukup dan cahaya matahari sekitar 10% (Parjimo dan Agus, 2007).

2.2 Tataniaga

Tataniaga adalah suatu proses pertukaran yang mencakup serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk memindahkan barang dan jasa dari sektor produksi

ke sektor konsumsi dan menegaskan bahwa tataniaga merupakan salah satu cabang dari aspek jual beli yang menekankan akan jalannya hasil produksi sampai ketangan konsumen (Assauri, 2012).

Menurut Sudiyono (2002), tataniaga adalah proses aliran komoditi yang disertai perpindahan hak milik dan penciptaan guna waktu melalui proses penyimpanan, guna bentuk melalui proses pengolahan, dan guna tempat melalui proses pengangkutan yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran dengan melaksanakan satu atau lebih fungsi pemasaran.

Kotler menyatakan bahwa (2012) lembaga pemasaran timbul karena adanya keinginan konsumen untuk memperoleh komoditi yang sesuai waktu, tempat, dan bentuk yang diinginkan konsumen. Tugas lembaga pemasaran ini adalah menjalankan fungsi-fungsi pemasaran serta memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin. Konsumen memberikan balas jasa kepada lembaga pemasaran ini berupa marji pemasaran. Lembaga pemasaran ini dapat digolongkan menurut penguasaannya terhadap komoditi yang dipasarkan dan bentuk usahanya. Sedangkan Sudiyono (2002) menjelaskan lembaga pemasaran sebagai badan usa atau individu yang menyelenggarakan pemasaran, menyalurkan jasa dan komoditi dari produsen kepada konsumen akhir serta mempunyai hubungan dengan badan usa atau individu lain.

Menurut Soekartawi (2012), pemasaran adalah kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen secara efisien. Aliran barang ini dapat terjadi karena adanya peranan lembaga pemasaran. Tataniaga pada prinsipnya adalah aliran barang dari produsen ke konsumen. Aliran barang ini dapat terjadi karena adanya peranan lembaga

tataniaga, peranan lembaga tataniaga ini sangat tergantung pada sistem pasar yang berlaku dan karakteristik aliran barang yang dipasarkan, oleh karena itu dikenal istilah saluran tataniaga.

2.3 Saluran Pemasaran (*Marketing Channel*)

Banyak produsen yang mampu menghasilkan suatu produk sendiri namun tidak banyak dari mereka yang melakukan penjualan langsung ke konsumen akhir, pertimbangan biaya biasanya menjadi faktor atau alasan terkuat mengapa para produsen tidak langsung menjual produknya langsung ke konsumen akhir. Diantara produsen dan konsumen perantara yang menyalurkan produk di antara mereka. Perantara ini sering disebut saluran pemasaran. Saluran pemasaran adalah organisasi yang saling tergantung dan tercakup dalam proses membuat produk dan jasa tersedia untuk dipakai konsumen (Kotler, 2012).

Saluran tataniaga sekumpulan organisasi independen yang terlibat dalam proses pembuatan sebuah produk atau jasa yang tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi (Kotler, 2012). Saluran tataniaga adalah perantara-perantara para pembeli atau penjual yang dilalui oleh perpindahan barang baik fisik maupun perpindahan sejak dari produsen hingga ke tangan konsumen. Saluran tataniaga dapat berbentuk sederhana dan dapat pula berbentuk rumit. Hal ini tergantung dari bermacam komoditi, lembaga tataniaga dan sistem tataniaga (Soekartawi, 2012).

Menurut Kotler (2012), saluran tingkat nol disebut juga pemasaran langsung, yaitu produsen menjual langsung kepada konsumen. Saluran satu tingkat terdiri dari satu perantara seperti pedagang pengecer. Saluran dua tingkat terdiri dari dua perantara yaitu pedagang pengumpul dan pengecer. Saluran tiga tingkat

merupakan saluran terpanjang yang terdiri dari tiga perantara yaitu pedagang pengumpul menjual kepada pemborong atau tengkulak kemudian dijual kembali ke pedagang pengecer dan diteruskan ke konsumen akhir.

Fungsi saluran tataniaga adalah untuk memberikan informasi tentang pelanggan, harga, pesaing, dan pelaku lain dari lingkungan pemasaran, fungsi komunikasi dan promosi membangun dan menyebarkan komunikasi persuasif untuk merangsang pembelian, fungsi negoisasi untuk mencapai persetujuan harga dan syarat jual beli sehingga transfer kepemilikan dapat dipengaruhi, dan fungsi distribusi menyediakan penyimpanan dan perpindahan produk fisik melalui tahap yang berurutan (Amir, 2005).

Menurut Assauri (2012), fungsi tataniaga dapat digolongkan menjadi tiga bagian yaitu : Fungsi pertukaran terdiri dari fungsi pembelian dan fungsi penjualan.

- a. Fungsi penyediaan fisik terdiri dari fungsi transportasi dan perdagangan.
- b. Fungsi fasilitas terdiri dari fungsi standarisasi, pembelanjaan, penanggungan resiko, dan informasi pasar.
- c. Fungsi-fungsi di atas bertujuan untuk memperlancar arus barang dari produsen sampai ke konsumen.

Menurut Soekartawi (2012), biaya tataniaga adalah biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menyampaikan barang dari produsen ke konsumen. Biaya tataniaga meliputi biaya pengangkutan, pengeringan, pungutan retribusi dan lain-lain. Kottler (2012), mendefinisikan biaya tataniaga adalah biaya-biaya yang dikeluarkan dalam proses pergerakan barang-barang dari tangan produsen ke tangan konsumen akhir. Besar kecilnya biaya tergantung dari besar kecilnya

kegiatan lembaga-lembaga tataniaga dan jumlah fasilitas yang diperlukan dalam pergerakan barang tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi biaya tataniaga adalah panjang pendeknya saluran tataniaga, biaya pengangkutan, penyusutan barang, dan peralatan produksi yang digunakan.

Menurut Sudiyono (2002), margin tataniaga dapat didefinisikan dengan dua cara yaitu : Margin pemasaran merupakan perbedaan dari harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima oleh petani atau produsen. Margin pemasaran merupakan perbedaan biaya dari jasa-jasa pemasaran yang dibutuhkan sebagai akibat permintaan dan penawaran dari jasa-jasa pemasaran.

Menurut Soekartawi (2012), harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur oleh sejumlah uang, dimana berdasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepaskan barang atau jasa yang dimilikinya kepada pihak lain. Harga suatu barang ditentukan oleh interaksi antara permintaan dan penawaran di pasar. Suatu barang mempunyai harga karena dua sebab yaitu barang tersebut bermanfaat dan jumlah barang tersebut terbatas (Sudiyono, 2002).

Apabila harga suatu barang berada di atas harga keseimbangan maka jumlah barang yang ditawarkan lebih besar dari pada jumlah barang yang diminta, sebaliknya apabila harga barang pada suatu ketika berada di bawah harga keseimbangan maka jumlah barang yang diminta melebihi jumlah barang yang ditawarkan (Assauri, 2012).

2.3.1. Strategi Pemasaran

Menurut Kotler (2012), ada 2 strategi yang digunakan dalam saluran pemasaran antara lain : strategi dorong (*push strategy*) dan strategi tarik (*pull strategy*).

a. Strategi Dorong

Strategi dorong pada dasarnya berusaha membujuk perantara agar mau memasarkan produknya dengan memberikan fasilitas-fasilitas tertentu misalnya : pemotongan yang tinggi dalam pembelian produk. Strategi ini cocok digunakan untuk produk dengan loyalitas rendah strategi ini juga sesuai untuk memasarkan produk baru namun dengan biaya produksi yang terbatas, sehingga mencoba menggunakan saluran pemasaran yang sudah berpengalaman dalam memasarkan berbagai produk.

b. Strategi Tarik

Strategi tarik pada dasarnya yaitu mencakup pengusaha produsen yang menggunakan iklan dan media untuk membujuk para konsumen bertanya kepada perantara dengan demikian akan menarik para perantara untuk melakukan pembelian. Strategi ini cocok digunakan jika loyalitas merek tampak tinggi sehingga konsumen berperan dalam penjualan.

2.3.2. Peran Saluran Pemasaran

Pada dasarnya saluran pemasaran perlu digunakan agar suatu perusahaan mempunyai efektifitas dan efisiensi tinggi karena dengan saluran pemasaran dapat menekan biaya-biaya seperti distribusi, penyimpanan, jangkauan pasar dan seterusnya. Ada beberapa faktor mengapa saluran pemasaran mempunyai keuntungan-keuntungan (Kotler, 2012) :

- a. Banyak perusahaan yang tidak memiliki sumber keuangan yang memadai untuk melakukan pemasaran langsung.
- b. Dalam beberapa kasus pemasaran langsung tidak dapat digunakan.

- c. Para produsen yang memang mendirikan saluran pemasarannya sendiri akan lebih mendapatkan laba yang sangat besar.

2.3.3. Tingkat Saluran

Menurut Kottler (2012), Dalam saluran pemasaran ada 4 tingkat dalam suatu pemasaran, diantaranya:

- a. Saluran Tingkat Nol yaitu Produsen yang menjual produknya langsung ke konsumen akhir tanpa perantara.
- b. Saluran Tingkat Satu yaitu Produsen yang menjual produknya dengan satu perantara produsen-pengecer-konsumen akhir.
- c. Saluran Tingkat Dua yaitu Produsen yang menjual produknya melalui dua perantara produsen-pedagang besar-pengecer-konsumen akhir.
- d. Saluran Tingkat Tiga yaitu Produsen yang menjual produknya melalui Tiga perantara produsen-pedagang besar-agen-pengecer-konsumen akhir.

2.3.4. Strategi Distribusi

Strategi distribusi adalah hal yang perlu dipikirkan secara tetap sesuai dengan tujuan perusahaan mengenai produknya. Berikut tiga strategi pemasaran yang biasanya digunakan oleh perusahaan dalam melakukan distribusi.

- a. Distribusi Eksklusif

Strategi ini dalam prakteknya yaitu dengan membatasi perantara produk agar eksklusifitas produk terjaga dan harga tetap tinggi. Biasanya ada perjanjian eksklusif perantara tidak boleh menjual produk pesaing.

- b. Distribusi Selektif

Strategi distribusi ini prakteknya yaitu menggunakan beberapa perantara dalam melakukan distribusinya.

c. Distribusi Intensif

Strategi distribusi ini dalam prakteknya yaitu menggunakan sebanyak mungkin perantara dengan harapan perputaran produk cepat sampai ketangan konsumen.

2.4 Margin Pemasaran (*Marketing Margin*)

Menurut Kotler (2012), Margin pemasaran merupakan selisih harga yang dibayar konsumen akhir dan harga yang terima produsen. Realitas pemasaran pertanian sangat jauh dari anggapan ini, sebab komoditi pertanian yang diproduksi di daerah sentra produksi akan dikonsumsi oleh konsumen akhir setelah menempuh jarak yang sangat jauh, antar kabupaten, antar provinsi, antar negara bahkan antar benua, baik komoditi olahan maupun non olahan. Dengan demikian sebenarnya jarang sekali produsen melakukan transaksi secara langsung dengan konsumen akhir. Untuk itu digunakan konsep margin pemasaran. Margin pemasaran dapat ditinjau dari dua sisi, yaitu sudut pandang harga dan biaya pemasaran. Pada analisis pemasaran yang sering menggunakan konsep margin pemasaran yang dipandang dari sisi harga ini.

Menurut Pearce dan Robinson (2011), secara matematis besarnya angka margin pemasaran dapat dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut :

$$Mm = Pk - Pp$$

Keterangan : Mm : Margin pemasaran

Pk : Harga di tingkat konsumen

Pp : Harga di tingkat produsen

Dari rumus tersebut diketahui bahwa margin pemasaran diperoleh dari hasil pengurangan antara harga ditingkat konsumen dengan harga ditingkat

produsen. Semakin besar selisih antara harga ditingkat konsumen dan produsen, maka margin pemasaran pun akan semakin besar. Marjin pada tingkat lembaga pemasaran dihitung dengan cara menghitung selisih antara harga jual dan harga beli pada setiap lembaga pemasaran yang ada.

Sedangkan rumus yang digunakan dalam perhitungan margin pada setiap lembaga pemasaran sebagaimana berikut ini:

$$m_{mi} = P_s - P_b$$

Keterangan : M_{mi} : Marjin pemasaran pada setiap tingkat lembaga pemasaran

P_s : Harga jual pada setiap tingkat lembaga pemasaran

P_b : Harga beli pada setiap tingkat lembaga pemasaran

Margin pemasaran pada setiap lembaga pemasaran tergantung dari besarnya selisih antara biaya produksi dengan harga jual ini khusus bagi produsen, sedangkan untuk tingkat lembaga selanjutnya (pedagang pungumpul dan pengecer) diketahui dengan cara menghitung selisih antara harga beli dengan harga jual produk yang bersangkutan.

Karena dalam marjin pemasaran terdapat dua komponen yaitu komponen biaya dan komponen lembaga pemasaran (Istianti, 2010), maka :

$$M_p = c + p$$

$$P_k - P_p = c + p$$

$$P_p = P_k - c - p$$

Keterangan : M_p : Marjin Pemasaran

P_k : Harga di tingkat konsumen

P_p : Harga di tingkat produsen

c : Biaya pemasaran

p : Keuntungan lembaga pemasaran

2.4.1 Bagian Harga yang Diterima Produsen (*Producer's Share*)

Menurut Sutarno (2014), bagian harga yang diterima produsen merupakan perbandingan yang diterima oleh produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. *Producer's share* dirumuskan sebagai berikut :

$$Ps = \frac{Pp}{Pk} \times 100\%$$

Keterangan : Ps : Producer's share

Pp : Harga di tingkat produsen

Pk : Harga di tingkat konsumen

Dari rumus tersebut, dapat diketahui bahwa besarnya harga yang diterima produsen sangat bergantung dari besarnya harga jual ditingkat produsen dengan harga beli ditingkat konsumen. Semakin besar harga ditingkat produsen, maka harga yang diterima produsen akan semakin besar.

2.4.2. Rasio Keuntungan dan Biaya

Menurut Sutarno (2014) analisis ini digunakan untuk mengetahui penyebaran rasio keuntungan dan biaya pada masing-masing lembaga pemasaran. Rasio keuntungan dan biaya dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Rasio Keuntungan Biaya} = L/C$$

Keterangan : L : Keuntungan Lembaga pemasaran

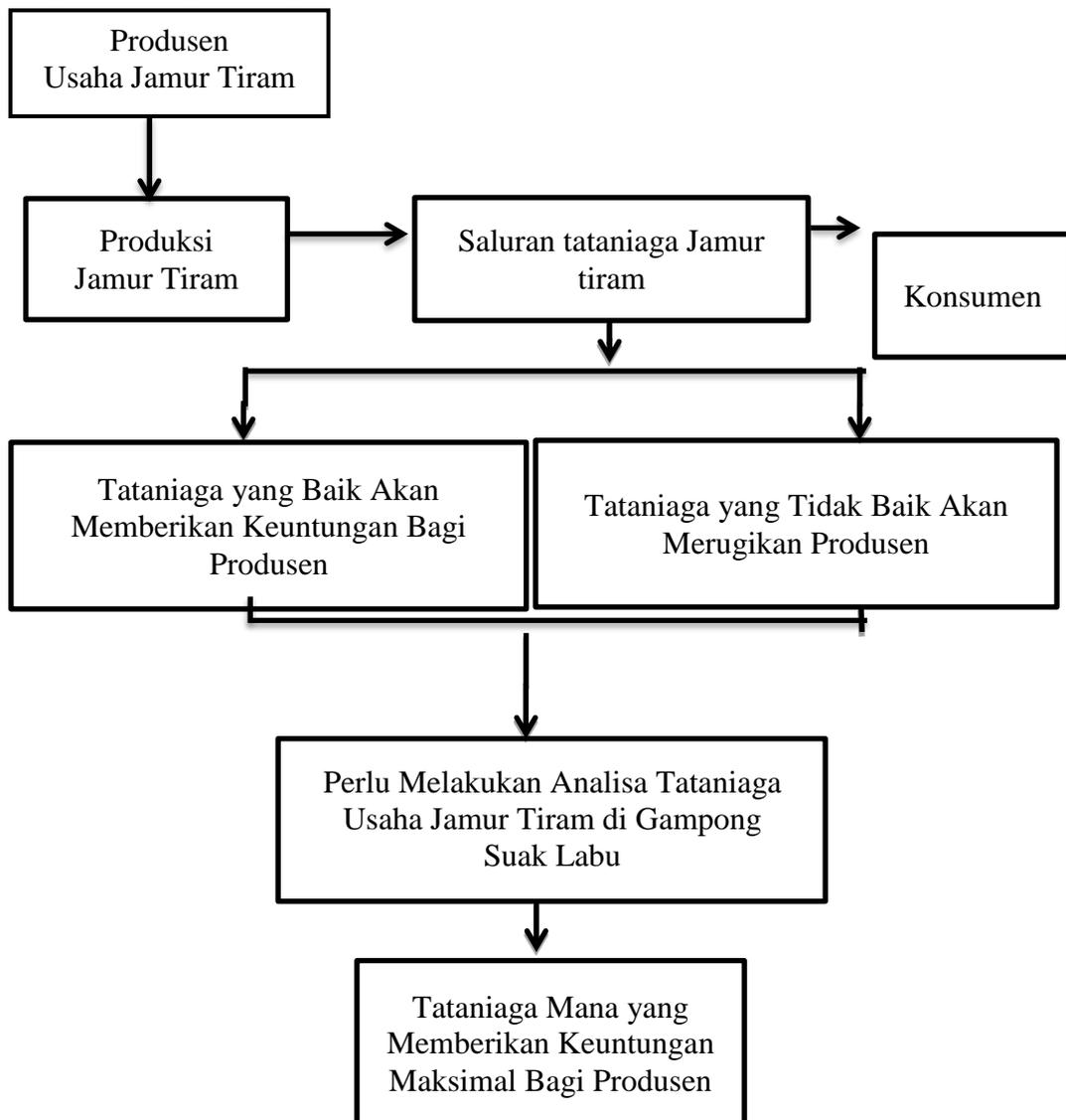
C : Biaya pemasaran

Perbandingan antara keuntungan dan biaya pada setiap lembaga pemasaran sangat bergantung dari besarnya biaya pemasaran pada setiap lembaga tersebut. Semakin kecil biaya pemasaran, maka akan meningkatkan rasio keuntungan yang jauh lebih besar dan begitu sebaliknya.

2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran pada penelitian merupakan suatu bentuk diagram yang menggambarkan arah dari sebuah penelitian, kerangka pemikiran disusun berdasarkan hasil pertanyaan penelitian dan menjelaskan kembali dalam himpunan pada beberapa konsep serta hubungan pada setiap konsep tersebut.

Sejalan dengan pernyataan di atas, dapat dijelaskan bahwa kerangka pemikiran dalam penelitian ini dibagi ke dalam beberapa bagian penting, yang secara rinci dapat dilihat pada bagan kerangka pemikiran berikut :



Gambar 1. Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian Tataniaga usaha jamur tiram Pada Usaha Kulat Bungong di Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan

2.6 Hipotesis

Diduga tataniaga usaha jamur tiram pada Usaha Kulat Bungong di Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya memberikan margin pemasaran yang baik bagi produsen.

2.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian Nugraha (2006) Hasil penelitian mengungkapkan bahwa saluran pemasaran jamur tiram segar di Bogor melibatkan enam lembaga, yakni (a) produsen, (b) pengumpul, (c) pedagang besar, (d) pedagang menengah, (e) pengecer, dan (e) supplier. Saluran pemasaran yang terjadi adalah, (I) produsen, konsumen, (II) produsen, pengumpul, dan konsumen, (III) produsen, pedagang besar, konsumen, (IV) produsen, pengumpul, pedagang besar, pedagang menengah, dan konsumen, (V) produsen, pengumpul, pedagang besar, pedagang menengah, pengecer, konsumen, (VI) produsen, pengecer, dan konsumen, sementara dua saluran lain yang tidak dapat diteliti secara lengkap adalah (VII). Hasil analisis menunjukkan bahwa saluran produsen langsung kepada konsumen memiliki indikasi tingkat efisiensi terbaik. *Farmer's share* pada saluran ini mencapai 100 persen, menunjukkan nilai *farmer's share* maksimal. Alternatif untuk meningkatkan tingkat harga dan keuntungan produsen adalah mengoptimalkan saluran pemasaran antara produsen dan konsumen langsung, atau dapat juga melalui produsen, pengumpul dan konsumen.

Yuliandari (2012) Hasil analisis tataniaga menunjukkan bahwa masing-masing lembaga tataniaga mengeluarkan biaya tataniaga dan memperoleh keuntungan tataniaga. Berdasarkan hasil analisis margin pemasaran, *farmer's share*, rasio keuntungan atas biaya dan volume jamur tiram yang terjual, diketahui

bahwa saluran tataniaga IV merupakan saluran yang paling efisien karena memiliki nilai margin tataniaga terendah (37,5 persen), *farmer's share* tertinggi (62,5 persen), volume penjualan per hari tertinggi (850 kilogram) dengan harga jual jamur tiram tertinggi diantara keempat saluran tataniaga, yaitu Rp 7.500 per kilogram. Saluran tiga merupakan saluran tataniaga yang paling tidak efisien karena pada saluran tiga petani mendapatkan harga jual terendah dibanding saluran tataniaga lainnya dan memiliki nilai margin tataniaga terbesar (43,34 persen), *farmer's share* terendah (56,67 persen) dan volume penjualan terendah (40 kilogram).

Yenni dan Mursidah (2011) Berdasarkan hasil penelitian terdapat 2 saluran tataniaga pemasaran jamur tiram. Nilai efisiensi yang diperoleh pada saluran tataniaga nol tingkat untuk pengusaha jamur tiram sebesar 3,10% dan efisiensi tataniaga pada saluran satu tingkat diperoleh nilai efisiensi tataniaga untuk pengusaha jamur tiram sebesar 0,89% dan pedagang pengecer 0,04%. Perbedaan persentase nilai efisiensi pada saluran tataniaga nol tingkat dengan saluran tataniaga satu tingkat menunjukkan bahwa pada saluran tataniaga satu tingkat lebih efisien

III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi, Waktu dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Usaha Kulat Bungong di Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya. Pemilihan lokasi ini ditentukan secara sengaja (*Purposive*), dengan dasar pertimbangan bahwa dilokasi tersebut merupakan salah satu Usaha Jamur Tiram yang memiliki potensi sangat baik dan memiliki prospek yang tinggi. Waktu penelitian dimulai Bulan 1 Oktober 2016 sampai dengan November 2016. Sedangkan objek dalam penelitian ini terkait dengan tataniaga jamur tiram yang telah dilakukan oleh Usaha Kulat Bungong.

3.2 Populasi dan Sampel

Data penelitian diambil secara *Snow Ball* yang dimulai dari pemilik Usaha Kulat Bungong di Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya dengan jumlah sampel mengikuti alur *Snow Ball* yang dilakukan. Adapun jumlah responden pada tiap-tiap lembaga pemasaran sebagaimana tabel berikut:

Tabel 3. Jumlah Responden Pada Tiap-Tiap Lembaga Pemasaran di Usaha Kulat Bungong di Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya

No	Responden	Jumlah
1	Produsen	1
2	Pedagang Pengumpul	5
3	Pedagang Agen	7
4	Pedagang Pengecer	19
	Total	32

Sumber: Data primer (diolah, 2016)

3.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang peneliti kaji dalam penelitian ini terdiri dari 2 bagian :

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dengan cara melakukan wawancara langsung terhadap beberapa pihak, diantaranya :

- 1) Pemilik Usaha Kulat Bungong di Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya (tentang produk, biaya, dan harga jual).
- 2) Pedagang Pengumpul dan Pedagang Pengecer (tentang harga beli dan harga jual produk yang telah dibeli dari produsen).
- 3) Para Konsumen yang mengkonsumsi produk Usaha Kulat Bungong (harga yang dibeli konsumen baik di tingkat produsen maupun pedagang dalam hal ini pedagang besar, pengumpul maupun pengecer).

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua (bukan orang pertama, bukan asli) yang memiliki informasi dan data tersebut. Data sekunder peneliti peroleh dengan cara mendatangi pada beberapa Instansi Pemerintah dan lembaga-lembaga terkait dan berhubungan dengan penelitian ini, lembaga tersebut diantaranya Kantor Badan Pusat Statistik (BPS), Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi (Disperindagkop).

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dan wawancara. Teknik pengambilan data dilakukan dengan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan responden serta menggunakan daftar kuesioner.

Sedangkan untuk data sekunder diperoleh dari literatur-literatur yang terkait dengan penelitian ini.

3.4 Metode Analisis Data

1. Marjin Pemasaran

Menurut Pearce dan Robinson (2011), secara matematis besarnya angka marjin pemasaran dapat dihitung berdasarkan rumus berikut :

$$Mm = Pk - Pp$$

Keterangan : Mm : Marjin pemasaran

Pk : Harga di tingkat konsumen

Pp : Harga di tingkat produsen

Marjin pada tingkat lembaga pemasaran dihitung dengan cara menghitung selisih antara harga jual dan harga beli pada setiap lembaga pemasaran yang ada.

Rumus yang digunakan dalam perhitungan ini adalah sebagai berikut :

$$m_{mi} = P_s - P_b$$

Keterangan : Mmi : Marjin pemasaran pada setiap tingkat lembaga pemasaran

P_s : Harga jual pada setiap tingkat lembaga pemasaran

P_b : Harga beli pada setiap tingkat lembaga pemasaran

2. Bagian Harga yang Diterima Produsen (*Producer's Share*)

Menurut Sutarno (2014) bagian harga yang diterima produsen merupakan perbandingan yang diterima oleh produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen. *Producer's share* dirumuskan sebagai berikut :

$$Ps = \frac{Pp}{Pk} \times 100\%$$

Keterangan : Ps : Producer's share

Pp : Harga di tingkat produsen

Pk : Harga di tingkat konsumen

3. Rasio Keuntungan / Biaya

Menurut Sutarno (2014), analisis ini digunakan untuk mengetahui penyebaran rasio keuntungan dan biaya pada masing-masing lembaga pemasaran.

Rasio keuntungan dan biaya dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Rasio Keuntungan Biaya} = L / C$$

Keterangan : L : Keuntungan Lembaga Pemasaran

C : Biaya Lembaga Pemasaran

3.5. Defenisi Operasional

1. Harga jual produsen adalah harga rata-rata produk yang dihasilkan produsen per kg (Rp).
2. Harga beli pedagang adalah harga rata-rata produk per kg yang dibeli dari produsen oleh pedagang lain sebelumnya (Rp).
3. Harga beli konsumen adalah harga rata-rata produk per bungkus yang dibayarkan oleh konsumen kepada pedagang (Rp).
4. Marjin pemasaran adalah perbedaan harga yang diterima oleh produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen yang dinyatakan dalam (Rp).
5. *Producer's share* adalah perbandingan yang diterima oleh produsen dengan harga yang dibayarkan oleh konsumen (%).
6. Rasio keuntungan biaya adalah keuntungan terhadap biaya pemasaran pada

masing-masing lembaga pemasaran (Rp).

7. Biaya pemasaran adalah biaya yang diperlukan lembaga-lembaga pemasaran untuk melakukan fungsi-fungsi pemasaran, baik itu fungsi pertukaran, fungsi fisik, maupun fungsi fasilitas (Rp/kg).
8. Keuntungan pemasaran adalah selisih antara harga jual dengan harga beli dan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam memasarkan produk (Rp/kg).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi UD Jamur Tiram

Gampong Suak Labu terletak berdekatan dengan ibukota Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya, dengan luas wilayah sekitar 490 hektar dan merupakan salah satu gampong diantara 15 gampong yang ada dalam Kecamatan Tangan-Tangan. Gampong Suak Labu terdiri dari 3 (tiga) dusun, yaitu Dusun Ngamecop, Dusun Cemara Putroe dan Dusun Paya Tampu dengan jumlah penduduk 291 jiwa laki-laki dan 275 jiwa perempuan total penduduk sebanyak 566 jiwa. Gampong Suak Labu termasuk kedalam wilayah kemukiman Tangan-Tangan Rayeuk. Dilihat dari posisinya Gampong Suak Labu memiliki geografis yang cukup strategis. Adapun batas-batas wilayah Gampong adalah sebagai berikut:

- Sebelah Utara berbatasan dengan Gampong Kuta Bak Drien
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Gampong Tanjung Bunga
- Sebelah Barat berbatasan dengan Gampong Blang Padang

Sebelah Timur berbatasan dengan Gampong Gunung Cut

Di Gampong Suak Labu terdapat sebuah usaha kecil yaitu usaha budidaya jamur tiram yang dikelola oleh warga setempat. UD. Jamur Tiram, merupakan salah satu Usaha Dagang (UD) yang bergerak di bidang usaha budidaya dan penjualan jamur tiram yang beralamat di Desa Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya. UD Jamur Tiram di dirikan oleh Bapak Helmi, usaha ini mula-mula dirintis sejak tahun 2009, usaha tersebut dijalankan dalam bangunan berbentuk kumbung (rumah tiram), beliau

mempekerjakan tenaga kerja tetap 2 orang dengan gaji yang dibayarkan sebesar Rp. 250.000,- perbulan, usaha ini bergerak dibidang budidaya jamur dan sekaligus melakukan pemasaran jamur tiram dan usaha ini masih beroperasi sampai dengan sekarang.

4.2 Karakteristik Responden

4.2.1 Karakteristik Produsen Jamur Tiram

Adapun pemilik UD. Jamur Tiram bapak Helmi berumur 38 tahun dengan lulusan pendidikan akhir adalah S1, dan pengalaman budidaya jamur tiram yang ditekuninya sudah berjalan selama 7 tahun. Jumlah tanggungan keluarga bapak Helmi adalah sebanyak 3 orang. Dalam usahanya bapak Helmi menjual jamur tiram yang telah siap di panen melalui saluran pemasaran yang ada, seperti saluran pemasaran langsung yaitu produsen ke konsumen, saluran pemasaran produsen ke pedagang pengumpul dan saluran pemasaran produsen ke pedagang pengecer.

Tabel 4.2.1. Karakteristik Responden Petani berdasarkan Umur, Status Perkawinan, Tingkat Pendidikan dan Pengalaman Usaha Budidaya Jamur Tiram di Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan.

No	Unsur	Uraian
1	2	3
1	Nama	HELMI
2	Jenis Kelamin	Laki-laki
3	Umur	38 Tahun
4	Pendidikan	S1
5	Status	Kawin
6	Jumlah Keluarga	3 Orang
7	Pengalaman Usaha	7 Tahun
8	Wilayah Pemasaran	Aceh Barat Daya dan Sekitarnya

Sumber: data primer (diolah) Tahun, 2016

Berdasarkan Tabel 4.2.1 dapat dilihat bahwa pemilik usaha budidaya

jamur tiram adalah bapak Helmi dengan umur yang masih sangat produktif yaitu 38 tahun, berpendidikan Strata 1, dengan pendidikan yang tinggi akan lebih mudah memanfaatkan berbagai fasilitas teknologi yang menunjang usaha untuk dikembangkan, lebih tepat dalam perhitungan dan kebijakan dalam mengambil keputusan akan lebih terarah. Alasan utama bapak Helmi melakukan usaha budidaya jamur tiram adalah karena menurut pantauan beliau dari barat ke selatan hingga sampai ke tempat beliau belum banyak terdapat usaha yang membudidayakan jamur tiram ini, dan ini membuka peluang usaha yang menurut beliau sangat menjanjikan sehingga walaupun dengan pengetahuan yang pas-pasan saat melakukan uji coba pertama beliau memberanikan diri untuk membuka usaha tersebut, seiring berjalannya waktu dengan tekad yang kuat, beliau beranggapan bekerja sambil berdoa dan Insya Allah usaha yang semula beliau rintis berpenghasilan pas-pasan sekarang telah membuahkan hasil yang sesuai dengan harapan, usaha ini mampu memproduksi sekitar dari 800 - 1.200 kg untuk setiap kali penanaman mulai 4 - 6 bulan. Keadaan ini membuat usaha UD. Jamur Tiram telah dikenal oleh konsumen baik dari daerah sendiri maupun daerah sekitar.

4.2.2 Karakteristik Pedagang Pengumpul, Agen dan Pengecer

Karakteristik responden pedagang agen/pengumpul akan diuraikan berdasarkan kelompok umur, tingkat pendidikan, dan pengalaman pedagang pengumpul, Pedagang Agen dan Pedagang Pengecer jamur tiram.

Berdasarkan Tabel dapat dilihat bahwa terdapat 5 orang responden pedagang pengumpul dengan kelompok umur yang masih produktif pada umur 31–50 tahun. Tingkat pendidikan responden berada pada tingkat pendidikan menengah

yang mendominasi yaitu SMA. Pengalaman responden yang mendominasi dalam berdagang jamur tiram adalah berada pada pengalaman 6-10 tahun. Seluruh pedagang pengumpul berstatus sudah menikah. Terdapat 7 orang responden pada pedagang agen dengan kelompok umur yang masih produktif pada umur 20 – 50 tahun. Tingkat pendidikan responden berada pada tingkat pendidikan menengah yang mendominasi SMA. Pengalaman responden dalam berdagang jamur tiram adalah berada pada pengalaman ≤ 5 Tahun.

Tabel 4.2.2. Karakteristik Pedagang Jamur Tiram berdasarkan Umur, Tingkat Pendidikan, Pengalaman dan Status Pedagang Jamur Tiram di Desa Suak Labu.

Karakteristik	Pedagang Pengumpul	%	Pedagang Agen	%	Pedagang Pengecer	%
Umur						
20 - 30 Tahun	-	-	2	29	2	17
31 - 40 Tahun	3	60	3	43	6	50
41 - 50 Tahun	2	40	2	29	4	33
Jumlah	5	100	7	100	12	100
Pendidikan						
SD	-	-	1	14	2	17
SMP	2	50	2	29	4	33
SMA	3	50	4	57	5	42
Sarjana	-	-	-	-	1	8
Jumlah	5	100	7	100	12	100
Pengalaman						
≤ 5 Tahun	2	40	5	71	8	67
6 - 10 Tahun	3	60	2	29	4	33
Jumlah	5	100	7	100	12	100
Status						
Belum Menikah	-	-	2	29	2	17
Menikah	5	100	5	71	10	83
Jumlah	5	100	7	100	12	100

Sumber: data primer (diolah) Tahun, 2016

Selanjutnya terdapat 12 orang responden pada pedagang pengecer dengan kelompok umur yang masih produktif pada umur 20 – 50 tahun. Tingkat

pendidikan responden berada pada tingkat pendidikan menengah yang mendominasi yaitu SMA. Pengalaman responden dalam berdagang jamur tiram adalah berada pada pengalaman ≤ 5 Tahun.

4.3 Saluran Pemasaran

Pemasaran atau *marketing* merupakan bagian kegiatan yang penting bagi usaha, dimana pemasaran sebagai salah satu faktor yang mendukung perkembangan usaha. Saluran pemasaran dalam penelitian ini menggambarkan proses penyampaian hasil panen dari petani hingga ke konsumen akhir. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam memasarkan jamur tiram dari petani hingga ke konsumen akhir di Gampong Suak Labu adalah petani/produsen ke pedagang pengumpul, pedagang pengumpul ke pedagang agen, pedagang agen ke pedagang pengecer dan pedagang pengecer ke konsumen akhir. Untuk lebih jelasnya tentang saluran pemasaran jamur tiram dapat dilihat pada gambar berikut dibawah ini:

Berdasarkan Gambar 2, saluran pemasaran jamur tiram di Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya, melalui beberapa saluran yaitu:

a. Saluran Pemasaran I,

Pada saluran pemasaran I, petani langsung menjual hasil usaha budidaya jamur tiram yang telah siap panen kepada konsumen, pada tahapan ini produk telah dilakukan sortasi atau pemilihan jamur yang baik dan mutu jamur tiram tersebut dalam keadaan segar dan sudah dikemas atau dimasukkan dalam kantong plastik, biaya pengemasan atau packing jamur tiram dan biaya transportasi jamur tiram di tanggung oleh petani/produsen, selanjutnya petani tersebut langsung memasarkan jamur tiram yang telah di kemas atau

dipacking tersebut kepada konsumen, pada saluran ini pemasaran jamur tiram berjalan sangat singkat karena tidak banyaknya proses pemasaran yang di lalui hingga jamur tiram tersebut sampai pada tangan konsumen dan pada saluran ini petani akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan saluran pemasaran yang lain.

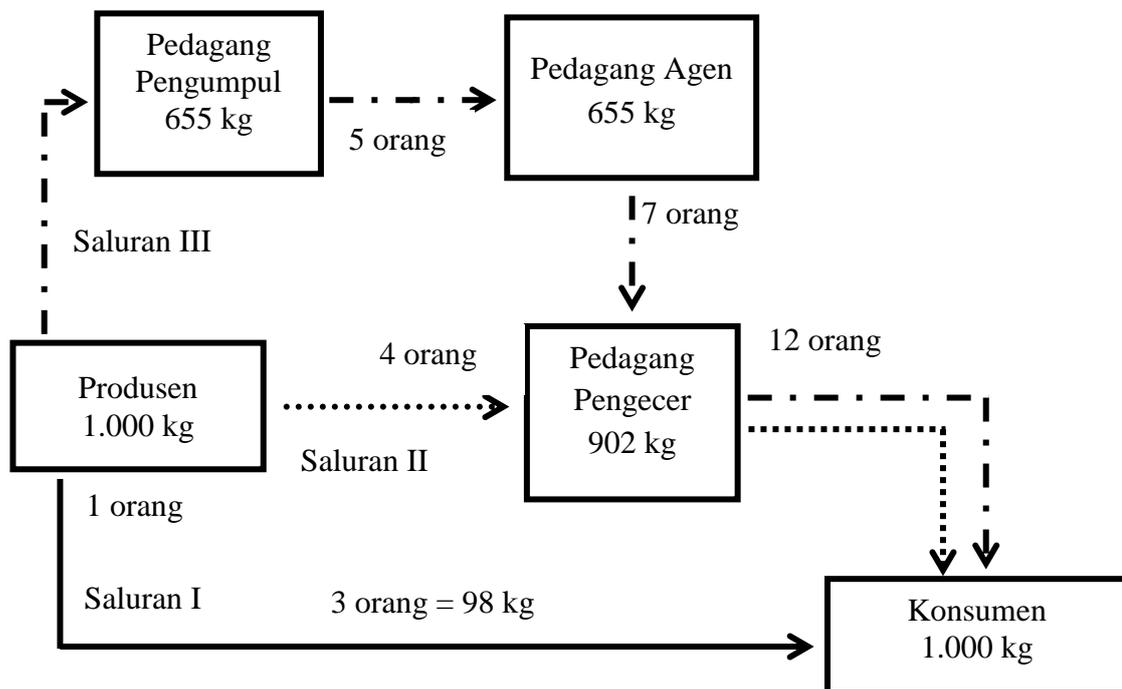
b. Saluran Pemasaran II

Pada saluran pemasaran II, petani langsung menjual hasil panen jamur tiram kepada pedagang pengecer, pada tahapan ini jamur tiram telah dilakukan sortasi atau pemilihan jamur yang baik dan jamur tiram tersebut dalam keadaan segar dan sudah dikemas atau packing, biaya pengemasan atau packing dan biaya transportasi jamur tiram hingga sampai ke tangan pedagang pengecer di tanggung oleh petani, selanjutnya pedagang pengecer memasakan jamur tiram yang telah di kemas atau packing tersebut kepada konsumen. Saluran pemasaran tingkat ini juga tidak terlalu banyak lembaga pemasaran yang terllibat, sehingga proses distribusi jamur tidak terlalu lama dan tentunya juga akan menghemat waktu serta biaya pemasaran yang dikeluarkan.

c. Saluran Pemasaran III

Pada saluran pemasaran III, pedagang pengumpul mendatangi petani untuk membeli jamur tiram yang telah di panen, pada tahap ini jamur belum dilakukan sortasi. Selanjutnya pedagang pengumpul melakukan sortasi dan melakukan pengemasan atau packing jamur tiram tersebut sesuai dengan kebutuhan sebelum di jual kepada pedagang selanjutnya, biaya yang dikeluarkan oleh pedagang pengumpul biaya ikat kemasan/pcking,

transportasi dan lain-lain. Selanjutnya pedagang pengumpul menjual jamur tiram tersebut kepada pedagang agen, pedagang agen memasarkan jamur tersebut ke pedagang pengecer dan selanjutnya pedagang pengecer memasarkan jamur tiram tersebut kepada konsumen, pada saluran ini pemasaran jamur tiram berjalan begitu lambat karena banyaknya proses pemasaran yang di lalui hingga jamur tersebut sampai pada tangan konsumen. Saluran pemasaran ini dalam proses pendistribusian jamur memakan waktu yang lebih lama serta biaya pemasaran yang relatif besar dibandingkan dengan saluran pemasaran yang lain.



Gambar 2. Bagan Pola Saluran Pemasaran Jamur Tiram di Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya

Dari gambar saluran pemasaran diatas dapat di jelaskan bahwa :

Saluran : Produsen → Konsumen

Saluran : Produsen → Pedagang Pengecer → Konsumen

Saluran : Produsen → Pedagang pengumpul → Pedagang Agen
 → Pedagang Pengecer → Konsumen

Dalam pemasaran hasil, lembaga pemasaran menggunakan strategi tertentu untuk memperoleh keuntungan yang lebih tinggi. Harga yang diterima lembaga pemasaran jamur tiram hingga sampai ketangan konsumen untuk masing-masing saluran berbeda-beda, seperti dalam Tabel 9 berikut:

Tabel 4.2.3. Harga Jamur Tiram di Tingkat Lembaga Pemasaran.

No	Uraian	Harga jual (Rp./Kg)
1	Petani	35.000,-
2	Pedagang Pengumpul	40.000,-
3	Pedagang Agen	45.000,-
4	Pedagang Pengecer	50.000,-

Sumber: data primer (diolah) Tahun, 2016

Berdasarkan Tabel 4.2.3, dapat diketahui bahwa harga jual jamur tiram oleh petani di tingkat produsen jamur tiram sebesar Rp. 35.000,-/kg. Harga jual jamur tiram di tingkat pedagang pengumpul sebesar Rp. 40.000,-/kg. Selanjutnya harga jual di tingkat pedagang agen adalah sebesar Rp. 45.000,-/kg dan harga jual jamur tiram di tingkat pedagang pengecer sebesar Rp. 50.000,-/kg. Untuk penjualan jamur tiram pada masing-masing lembaga pemasaran yaitu harga di tingkat produsen adalah harga beli di tingkat pedagang pengumpul, harga ditingkat pedagang pengumpul adalah harga beli di tingkat pedagang agen, harga di tingkat pedagang agen adalah harga beli di tingkat pedagang pengecer, harga di tingkat pedagang pengecer adalah harga beli ditingkat konsumen.

Menurut Mulyadi (2005) pada prinsipnya harga jual harus dapat menutupi biaya penuh ditambah dengan laba yang wajar. Harga jual sama dengan biaya produksi ditambah mark-up. Untuk mencapai laba yang diinginkan oleh suatu

usaha salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen

4.4 Analisis Produksi dan Pendapatan

Dalam analisis produksi dan pendapatan usaha budidaya jamur tiram, akan diuraikan biaya, produksi, penerimaan dan pendapatan usaha yang dijalankan.

4.4.1 Produsen Jamur Tiram

4.4.1.1 Biaya

Biaya yang dikeluarkan dalam usaha budidaya jamur tiram ini adalah seluruh biaya yang dikeluarkan dalam mengelola usaha budidaya jamur tiram. Biaya produksi pada usaha budidaya jamur tiram di daerah penelitian terdiri dari biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya tidak tetap (*variable cost*). Biaya tetap adalah biaya yang tidak habis dalam sekali proses produksi. Yang termasuk dalam biaya tetap adalah biaya penyusutan peralatan usaha budidaya seperti pembuatan kumbung (rumah jamur), kereta sorong, timbangan, kalkulator rak penanaman, tenaga kerja dan iuran pajak. Biaya tidak tetap (*variable cost*) adalah biaya yang habis dipakai dalam sekali proses produksi yaitu, biaya baglog, terpal plastik, transportasi dan biaya tenaga kerja.

Berdasarkan Tabel 4.2.4 dapat dilihat bahwa biaya tetap yang dikeluarkan oleh petani dalam usaha budidaya jamur tiram untuk alat dan peralatan kerja serta tenaga kerja sebesar Rp. 575.417,-. Biaya tetap yang dikeluarkan oleh petani dalam usaha budidaya jamur tiram adalah biaya untuk barang alat/peralatan tersebut termasuk komponen biaya tetap yang dihitung berdasarkan penyusutan

yang dikeluarkan oleh pemilik usaha budidaya jamur tiram UD. Jamur Tiram. Selanjutnya biaya tidak tetap yang dikeluarkan produsen dalam menjalankan usaha budidaya jamur tiram untuk membiayai sarana produksi usaha budidaya yang dijalankan adalah sebesar Rp. 7.420.000,-.

Dengan demikian total biaya keseluruhan atau penjumlahan biaya tetap dan biaya variabel yang dikeluarkan usaha budidaya jamur tiram adalah sebesar Rp. 7.995.417,-. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Lampiran 5.

Tabel 4.2.4. Biaya produksi Petani dalam Budidaya Jamur Tiram di Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan.

No	Uraian	Biaya / Tanam Rp
I	Biaya Tetap	
1	Alat dan Peralatan (Penyusutan)	575.417
	Total Biaya Tetap	575.417
II	Biaya Tidak Tetap	
1	Baglog	5.000.000
2	Terpal Plastik	120.000
3	Transportasi	300.000
4	Tenaga Kerja	2.000.000
	Total Biaya Tidak Tetap	7.420.000
	TOTAL BIAYA	7.995.417

Sumber: data primer (diolah) Tahun, 2016

4.4.1.2 Analisis Penerimaan dan Pendapatan

Penerimaan usahatani adalah total produksi yang dihasilkan oleh usahatani dalam menjalankan usaha budidaya jamur tiram dikali dengan harga jual produk. Dalam pengelolaan usahatannya, petani akan menerima penerimaan dan pendapatan dari hasil usahatani budidaya jamur tiram yang dijalankan sesuai

dengan produksi dan harga jual. Penerimaan petani sangat bergantung pada harga jual jamur tiram di pasaran. Idealnya, produsen akan menjual komoditas jamur pada saat harga jualnya relatif tinggi, yaitu pada saat jumlah jamur di pasaran sedikit. Namun lain halnya dengan jamur tiram harga jualnya cenderung stabil.

Selanjutnya Pendapatan merupakan selisih antara penerimaan yang diterima oleh petani dengan biaya produksi yang dikeluarkan oleh petani perpanennya. Jumlah pendapatan petani dalam usaha budidaya jamur tiram yang dilakukan tergantung pada besarnya jumlah penerimaan dan biaya petani dari usahatani yang diusahakan. Hal ini akan berpengaruh pada pendapatan usahatani. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2.5. Penerimaan, Biaya dan Keuntungan Produsen Jamur Tiram di Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan.

No	Uraian	Sat	Jumlah Satuan	Harga (@.Rp)	Total (Rp)
A	Penerimaan				
1	- Penjualan ke Pengumpul	Kg	655	35.000	22.925.000
2	- Penjualan ke Pengecer	Kg	247	45.000	11.115.000
3	- Penjualan ke Konsumen	Kg	98	50.000	4.900.000
	Total		1.000		38.940.000
	Penerimaan per Kg				38.940
B	Biaya				
	- Biaya Tetap		575.417		
	- Biaya Tidak Tetap		7.420.000		7.995.417
	Biaya per kilogram				7.995
C	Pendapatan/Keuntungan				30.944.583
	Keuntungan per Kg				30.945

Sumber: data primer (diolah) Tahun, 2016

alah volume penjualan

jamur tiram ke pedagang pengumpul sebanyak 655 kg dengan harga Rp 35.000,-/kg, penjualan ke pedagang pengecer sebanyak 247 kg dengan harga Rp. 40.000,-/kg dan produsen langsung melakukan penjualan ke konsumen sebanyak 93 kg dengan harga Rp. 50.000,-/kg. Dengan demikian total penerimaan petani dari

usahatani budidaya jamur tiram adalah sebesar Rp. 38.940.000,-/sekali tanam. Penerimaan usahatani merupakan total penerimaan dari kegiatan usahatani yang diterima pada akhir proses produksi. Penerimaan usahatani dapat pula diartikan sebagai keuntungan material yang diperoleh seorang petani atau bentuk imbalan jasa petani maupun keluarganya sebagai pengelola usahatani maupun akibat pemakaian barang modal yang dimilikinya.

Selanjutnya total pendapatan/keuntungan dari kegiatan usahatani jamur tiram yang diusahakan adalah sebesar Rp. 30.944.583,-/sekali tanam. Merujuk pendapat (Soekartawi dkk, 2011) pendapatan adalah selisih antara pendapatan kotor usahatani dan pengeluaran total usahatani. Pendapatan bersih usahatani (*net farm income*) mengukur imbalan yang diperoleh keluarga petani dari penggunaan faktor-faktor produksi kerja, pengelolaan dan modal milik, sendiri atau modal pinjaman, yang diinvestasikan kedalam usahatani. Menurut Kindangen (2000), Pendapatan usahatani merupakan ukuran penghasilan yang diterima oleh petani dari usahatannya. Dalam analisis usahatani, pendapatan petani digunakan sebagai indikator penting karena merupakan sumber utama dalam mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari. Dengan demikian dapat diartikan pendapatan petani ini adalah pendapatan bersih dari hasil usaha atau dapat juga dikatakan sebagai keuntungan dari usaha yang dijalankan.

4.4.2 Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul merupakan salah satu saluran pemasaran yang digunakan oleh produsen untuk mendukung kelancaran dalam melakukan pemasaran jamur tiram yang sudah siap dipasarkan. Jumlah biaya, penerimaan dan pendapatan pedagang agen dapat dilihat dalam Tabel 4.2.6 berikut ini:

Tabel 4.2 6. Penerimaan, Biaya dan Pendapatan Responden Pedagang Pengumpul Pada Pemasaran Jamur Tiram di Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan.

No	Uraian	Sat	Jumlah Satuan	Harga (@.Rp)	Total (Rp)
A	Penerimaan				
1	- Penjualan ke Pedagang Agen	Kg	655	40.000	26.200.000
	Total		655		26.200.000
	Penerimaan per kilogram				40.000
B	Biaya				
	- Biaya Tetap		922.667		
	- Beli Jamur dari Produsen		22.925.000		
	- Biaya Operasional Pemasaran		838.500		24.686.167
	Biaya per kilogram				37.689
C	Pendapatan/Keuntungan				1.513.833
	Keuntungan per Kg				2.311

Sumber: data primer (diolah) Tahun, 2016

Berdasarkan Tabel 4.2.6, dapat dijelaskan bahwa rata-rata penerimaan yang diperoleh pedagang pengumpul dari hasil dagangan yang dijual adalah sebesar Rp. 26.200.000,-, sedangkan rata-rata biaya yang dikeluarkan pedagang pengumpul untuk melakukan pemasaran jamur tiram di lapak penjualannya adalah sebesar Rp. 24.686.167,-, dengan demikian pendapatan atau keuntungan yang diperoleh pedagang agen dari hasil usaha yang dilakukan adalah sebesar Rp. 1.513.833,-. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Lampiran 6-8.

4.4.3 Pedagang Agen

Pedagang agen merupakan salah satu saluran pemasaran yang digunakan oleh produsen dan pedagang agen untuk mendukung kelancaran dalam melakukan pemasaran jamur tiram yang telah siap dipasarkan.

Berdasarkan Tabel 4.2.7, dapat dijelaskan bahwa penerimaan yang diperoleh pedagang agen dari hasil dagangan yang dijual adalah sebesar Rp. 29.475.000,-, sedangkan total biaya yang dikeluarkan pedagang agen dalam

melakukan pemasaran jamur tiram di lapak penjualannya adalah sebesar Rp. 27.999.033,-, dengan demikian pendapatan atau keuntungan yang diperoleh pedagang agen dari hasil usaha yang dilakukan adalah sebesar Rp. 1.475.967,-. Menurut (Moehar, 2002) pengusaha yang rasional akan memilih cabang usaha yang pendapatannya tinggi, sehingga dengan adanya perhitungan pendapatan suatu usaha akan membantu menentukan cabang usaha mana yang lebih menjanjikan pendapatan tinggi. Demikian juga halnya dengan pedagang yang akan memilih bentuk output yang mana menjanjikan keuntungan yang lebih baik, seperti dalam tabel 4.2.7 berikut:

Tabel 4.2.7. Penerimaan, Biaya dan Pendapatan Responden Pedagang Agen Pada Pemasaran Jamur Tiram di Gampong Suak Labu.

No	Uraian	Sat	Jumlah Satuan	Harga (@.Rp)	Total (Rp)
A	Penerimaan				
1	- Penjualan ke Pengecer	Kg	655	45.000	29.475.000
	Total		655		29.475.000
	Penerimaan per kilogram				45.000
B	Biaya				
	- Biaya Tetap		1.041.833		
	- Beli Jamur dari Pengumpul		26.200.000		
	- Biaya Operasional Pemasaran		757.200		27.999.033
	Biaya per kilogram				42.747
C	Pendapatan/Keuntungan				1.475.967
	Keuntungan per Kg				2.253

Sumber: data primer (diolah) Tahun, 2016

4.4.4 Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer merupakan salah satu saluran pemasaran yang digunakan oleh produsen dan pedagang besar untuk mendukung kelancaran dalam melakukan pemasaran jamur tiram yang sudah siap dipasarkan. Jumlah biaya, penerimaan dan pendapatan pedagang pengecer dapat dilihat dalam Tabel 4.2.8:

Tabel 4.2.8. Penerimaan, Biaya dan Pendapatan Responden Pedagang Pengecer Pada Pemasaran Jamur Tiram di Gampong Suak Labu.

No	Uraian	Sat	Jumlah Satuan	Harga (@.Rp)	Total (Rp)
A	Penerimaan				
1	- Penjualan ke Konsumen	Kg	902	50.000	45.100.000
	Total		902		45.100.000
	Penerimaan per kilogram				50.000
B	Biaya				
	- Biaya Tetap		1.715.667		
	- Beli Jamur dari Produsen		8.645.000		
	- Beli Jamur dari Agen		29.475.000		
	- Biaya Operasional Pemasaran		1.217.700		41.053.367
	Biaya per kilogram				45.514
C	Pendapatan/Keuntungan				4.046.633
	Keuntungan per Kg				4.486

Sumber: data primer (diolah) Tahun, 2016

Berdasarkan Tabel 4.2.8, dapat dijelaskan bahwa rata-rata penerimaan yang diperoleh pedagang pengecer dari hasil dagangan yang dijual adalah sebesar Rp. 45.100.000,-, sedangkan rata-rata biaya yang dikeluarkan pedagang pengecer untuk melakukan pembelian dan pemasaran di lapak penjualannya adalah sebesar Rp. 41.053.367,-, dengan demikian pendapatan atau keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer dari hasil usaha yang dilakukan adalah sebesar Rp.4.046.633,. Menurut Skousen (2010) pendapatan adalah arus masuk atau penyelesaian (atau kombinasi keduanya) dari pengiriman atau produksi barang, memberikan jasa atau melakukan aktivitas lain yang merupakan aktivitas. (Lampiran 5).

4.5 Biaya, Margin dan Keuntungan Pemasaran

4.5.1 Biaya Pemasaran

Dalam pemasaran hasil panen budidaya jamur tiram di Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya, pedagang menggunakan strategi tertentu untuk memperoleh keuntungan yang lebih tinggi.

Proses pendistribusian barang atau produk dari produsen ke konsumen membutuhkan biaya, dengan adanya biaya pemasaran maka produk akan meningkat harganya. Untuk mengetahui besarnya biaya di tingkat lembaga pemasaran pada ketiga saluran pemasaran yang digunakan produsen jamur tiram dapat dilihat pada Tabel 4.2.9 berikut:

Tabel 4.2.9. Biaya Pemasaran Jamur Tiram di Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Per Kg pada Masing-masing Lembaga Pemasaran

No	Lembaga Pemasaran	Biaya Tetap (Rp)	Biaya Variabel (Rp)	Total Biaya (Rp)
1	Produsen	575	7.420	7.995
2	Pedagang Pengumpul	1.409	36.280	37.689
3	Pedagang Agen	1.591	41.156	42.747
4	Pedagang Pengecer	1.902	43.612	45.514

Sumber: data primer (diolah) Tahun, 2016

Berdasarkan Tabel 4.2.9, diatas dapat dijelaskan bahwa saluran pemasaran pada lembaga pemasaran jamur tiram yang terkait adalah produsen, pedagang pengumpul, pedagang agen dan pedagang pengecer. Biaya pemasaran yang dikeluarkan produsen dalam melakukan usaha terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel, total biaya pada lembaga pemasaran produsen adalah sebesar Rp. 7.995,- per kilogram, biaya tersebut dikorbankan untuk biaya alat dan peralatan (penyusutan), baglog, terpal plastik transportasi dan biaya tenaga kerja. Selanjutnya pada lembaga pemasaran pedagang pengumpul biaya yang dikeluarkan terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel, total biaya lembaga pemasaran pedagang agen adalah sebesar Rp. 37.689,- per kilogram, biaya tersebut terdiri dari biaya perawatan tempat usaha, kalkulator, transportasi, komunikasi dan biaya tenaga kerja. Selanjutnya pada lembaga pemasaran pedagang agen biaya pemasaran yang dikeluarkan terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel, total biaya pada lembaga pemasaran pedagang agen adalah sebesar

Rp. 42.747,-per kilogram, biaya tersebut untuk biaya perawatan tempat usaha, kalkulator, transportasi, komunikasi dan biaya tenaga kerja dan terakhir pada lembaga pemasaran pedagang pengecer biaya pemasaran yang dikeluarkan terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel, total biaya untuk setiap kilogram jamur tiram adalah sebesar Rp. 45.514,-per kilogram, biaya tersebut untuk perawatan tempat usaha, kalkulator, transportasi, komunikasi dan biaya tenaga kerja. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada lampiran 6,7 dan 8.

Biaya yang dikeluarkan oleh pedagang merupakan biaya pemasaran yang di korbakan untuk penyampaian jamur tiram hingga sampai ke tangan konsumen, semakin panjang rantai pemasaran yang dilalui maka semakin besar pula biaya yang dibutuhkan untuk penyampaian barang tersebut. Dari keseluruhan saluran pemasaran yang ada, pedagang pengecer merupakan saluran yang paling besar menggunakan biaya pemasaran.

4.5.2 Marjin Pemasaran

Analisis margin pemasaran menyangkut biaya-biaya yang dikeluarkan oleh lembaga yang terlibat dalam sistim pemasaran jamur tiram dalam proses penyampaian dari produsen ke konsumen dan keuntungan yang diperoleh dari kegiatan pemasaran tersebut. Menurut Sudiyono (2004), margin pemasaran adalah biaya dari jasa-jasa pemasaran yang dibutuhkan sebagai akibat permintaan dan penawaran dari jasa-jasa pemasaran. Dalam teori harga diasumsikan bahwa penjual dan pembeli bertemu langsung sehingga harga hanya ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan secara agrerat. Dengan demikian, ada tidaknya perbedaan antara harga ditingkat petani dengan harga ditingkat pengecer atau konsumen akhir. Margin pemasaran dapat pula didefinisikan sebagai

perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dan yang diterima produsen, atau harga sejumlah jasa pemasaran yang merupakan akibat permintaan dan penawaran jasa pemasaran. Untuk lebih jelasnya tentang margin pemasaran jamur tiram di Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya, dapat dilihat pada Tabel 4.2.10 berikut:

Tabel 4.2.10. Margin Pemasaran Jamur Tiram Per Kilogram pada Masing-masing Lembaga Pemasaran

No	Lembaga Pemasaran	Harga Ditingkat Konsumen (Rp)	Harga Di Tingkat Lembaga Pemasaran (Rp)	Margin Pemasaran (Rp)	Persen Margin (%)
1	Petani/Produsen	35.000	7.875	27.125	74,98%
2	Pedagang Pengumpul	40.000	37.689	2.311	6,39%
3	Pedagang Agen	45.000	42.747	2.253	6,23%
4	Pedagang Pengecer	50.000	45.514	4.486	12,40%
Total Margin Pemasaran				36.475	100,00%

Sumber: data primer (diolah) Tahun, 2016

Berdasarkan Tabel 4.2.10 diatas dapat dijelaskan bahwa dapat di ketahui bahwa biaya usahatani dalam budidaya jamur tiram di tingkat produsen adalah sebesar Rp. 7.875,- per kilogram, sedangkan harga jual jamur tiram tingkat produsen adalah Rp. 35.000,-, per kilogram. Dengan demikian margin pemasaran yang diperoleh produsen yang menjual konsumen sebesar Rp. 27.125,- per kilogram dengan persentase margin pemasaran sebesar 74,98 persen.

Selanjutnya di ketahui bahwa harga jamur tiram di tingkat lembaga pemasaran pedagang pengumpul adalah sebesar Rp. 37.689,- per kilogram, sedangkan harga jual jamur tiram tingkat konsumen adalah Rp. 40.000,-per kilogram. Dengan demikian margin pemasaran pada lembaga pemasaran pedagang agen yang menjual jamur tiram ke konsumen adalah sebesar Rp. 2.311,- per kilogram dengan persentase margin pemasaran sebesar 6,39 persen. Selanjutnya di

ketahui bahwa harga jamur tiram di tingkat lembaga pemasaran pedagang agen adalah sebesar Rp. 42.747,- per kilogram, sedangkan harga jual jamur tiram tingkat konsumen adalah Rp. 45.000,-per kilogram. Dengan demikian margin pemasaran pada lembaga pemasaran pedagang agen yang menjual jamur tiram ke konsumen adalah sebesar Rp. 2.253,- per kilogram dengan persentase margin pemasaran sebesar 6,23 persen.

Selanjutnya di ketahui bahwa harga jamur tiram di tingkat lembaga pemasaran pedagang pengecer adalah sebesar Rp. 45.514,- per kilogram, sedangkan harga jual jamur tiram tingkat konsumen adalah Rp. 50.000,-per kilogram. Dengan demikian margin pemasaran pada lembaga pemasaran pedagang pengecer yang menjual jamur tiram ke konsumen adalah sebesar Rp. 4.486,- per kilogram dengan persentase margin pemasaran sebesar 12,40 persen. Dengan demikian margin pemasaran total keseluruhan adalah sebesar Rp. 36.175,-. Untuk lebih jelasnya tentang total margin pemasaran pada masing-masing lembaga pemasaran jamur tiram dapat dilihat pada lampiran 10.

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa keseluruhan lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran jamur tiram di Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya yang paling besar memperoleh margin pemasaran adalah pada lembaga pemasaran produsen dan pedagang pengecer.

4.5.3 Bagian Harga Diterima Produsen (*Producer's Share*)

Pangsa produsen atau *producer share* (PS) bertujuan untuk mengetahui bagian harga yang diterima petani (produsen). Apabila pangsa produsen semakin tinggi, maka kinerja pasar semakin baik dari sisi produsen. Bagian harga yang

diperoleh pengrajin adalah bagian harga yang dibayar konsumen yang dapat dinikmati oleh pengrajin. Pemilihan saluran pemasaran akan berpengaruh terhadap besarnya margin pemasaran yang pada akhirnya akan mempengaruhi besarnya bagian yang diterima oleh pengrajin sebagai produsen. Dimana bila bagian yang diterima oleh produsen $> 50\%$ maka pemasaran dikatakan efisien dan bila bagian yang diterima oleh produsen $< 50\%$ berarti pemasaran belum efisien. Untuk lebih jelasnya tentang *producer's share* pemasaran jamur tiram dapat dilihat pada Tabel 4.2.11 berikut ini:

Tabel 4.2.11. *Producer's Share* Pemasaran Jamur Tiram Per Kilogram pada Masing-masing Lembaga Pemasaran

No	Lembaga Pemasaran	Harga Ditingkat Konsumen (Rp)	Harga di Tingkat Lembaga Pemasaran (Rp)	Producer's Share (%)
1	Petani/Produsen	35.000	7.875	22,50%
2	Pedagang Pengumpul	40.000	37.689	94,22%
3	Pedagang Agen	45.000	42.747	94,99%
4	Pedagang Pengecer	50.000	45.514	91,03%

Sumber: data primer (diolah) Tahun, 2016

Berdasarkan Tabel diatas diketahui bahwa harga penjualan jamur tiram di tingkat pengecer pada lembaga pemasaran petani/produsen adalah sebesar Rp. 7.875,- per kilogram, sedangkan harga di tingkat konsumen pada lembaga pemasaran jamur tiram petani Rp. 35.000,- per kilogram. Dengan demikian *producer share* pada lembaga pemasaran petani adalah sebesar 22,50 persen. Hasil *Share margin* yang diterima oleh petani/produsen $> 50\%$ maka pemasaran dikatakan efisien.

Selanjutnya harga penjualan jamur tiram di tingkat pengecer pada lembaga pemasaran pedagang pengumpul adalah sebesar Rp. 37.689,- per kilogram, sedangkan harga di tingkat konsumen pada lembaga pemasaran jamur

tiram pedagang pengumpul sebesar Rp. 40.000,- per kilogram. Dengan demikian bagian (*producer's share*) pada lembaga pemasaran pedagang pengumpul adalah sebesar 94,22 persen. Hasil *producer's share* yang diterima oleh lembaga pemasaran pedagang pengumpul > 50% maka pemasaran dikatakan efisien.

Selanjutnya harga penjualan jamur tiram di tingkat pengecer pada lembaga pemasaran pedagang agen adalah sebesar Rp. 42.747,- per kilogram, sedangkan harga di tingkat konsumen pada lembaga pemasaran jamur tiram pedagang agen sebesar Rp. 45.000,- per kilogram. Dengan demikian bagian (*producer's share*) pada lembaga pemasaran pedagang agen adalah sebesar 94,99 persen. Hasil *producer's share* yang diterima oleh lembaga pemasaran pedagang agen > 50% maka pemasaran dikatakan efisien.

Dan terakhir harga penjualan jamur tiram di tingkat pengecer pada lembaga pemasaran yang ada adalah sebesar Rp. 45.514,- per kilogram, sedangkan harga di tingkat konsumen pada lembaga pemasaran jamur tiram pedagang pengecer sebesar Rp. 50.000,- per kilogram. Dengan demikian bagian (*producer's share*) pada lembaga pemasaran pedagang pengecer adalah sebesar 91,03 persen. Hasil *producer's share* yang diterima oleh lembaga pemasaran pedagang pengecer > 50% maka pemasaran dikatakan efisien.

Menurut Soekartawi (2002) dalam penjelasannya sesuai dengan penelitian yang dilakukan dimana efisiensi tidak terjadi jika biaya pemasaran semakin besar dan nilai produk yang dipasarkan jumlahnya tidak terlalu besar. Efisiensi tataniaga akan terjadi jika biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan tata niaga dapat lebih tinggi, persentase perbedaan harga yang

dibayarkan konsumen dan produsen tidak terlalu tinggi, tersedianya fasilitas fisik pemasaran dan adanya kompetisi pasar yang sehat.

4.5.4 Ratio Keuntungan dan Biaya

Keuntungan pemasaran adalah selisih harga yang didapat dari penjualan jamur tiram dari tingkat produsen hingga pedagang pengecer yang menjual langsung ke konsumen. Untuk lebih jelasnya tentang keuntungan pemasaran jamur tiram dapat dilihat pada tabel beriku ini:

Tabel 4.2.12. Ratio Keuntungan dan Biaya Pemasaran Jamur Tiram Per Kilogram pada Masing-masing Lembaga Pemasaran

N O	Lembaga Pemasaran	Harga Penjualan Pada Lembaga (Rp)	C - Biaya Pada Lembaga Pemasaran (Rp)	L - Keuntungan Pada Lembaga Pemasaran (Rp)	Ratio Keuntu ngan (%)
1	Petani/Produsen	35.000	7.875	27.125	344,42%
2	Pedagang Pengumpul	40.000	37.689	2.311	6,13%
3	Pedagang Agen	45.000	42.747	2.253	5,27%
4	Pedagang Pengecer	50.000	45.514	4.486	9,86%

Sumber: data primer (diolah) Tahun, 2016

Berdasarkan Tabel diatas di ketahui bahwa harga penjualan pada lembaga pemasaran petani/produsen ke pedagang pengumpul sebesar Rp. 35.000,- per kilogram sedangkan biaya pada lembaga pemasaran terkait sebesar Rp. 7.875,- per kilogram, maka keuntungan yang diperoleh dalam menjalankan usaha budidaya jamur tiram adalah sebesar Rp. 27.125,- per kilogram. Dengan demikian ratio keuntungan/biaya pada lembaga pemasaran petani/produsen ke pedagang pengumpul adalah sebesar 344,42 persen.

Selanjutnya harga penjualan pada lembaga pemasaran produsen ke pedagang pengumpul sebesar Rp. 40.000,- perkilogram sedangkan biaya pada lembaga pemasaran terkait sebesar Rp. 37.689,- perkilogram, maka keuntungan

yang diperoleh lembaga pemasaran ini adalah sebesar Rp. 2.311,- perkilogram. Dengan demikian ratio keuntungan/biaya pada lembaga pemasaran pedagang pengumpul ke konsumen adalah sebesar 6,13 persen.

Selanjutnya harga penjualan pada lembaga pemasaran pedagang agen ke pedagang pengecer sebesar Rp. 45.000,- perkilogram sedangkan biaya pada lembaga pemasaran terkait sebesar Rp. 42.747,- perkilogram, maka keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran ini dalam menjalankan usaha jamur tiram adalah sebesar Rp. 2.253,- perkilogram. Dengan demikian ratio keuntungan/biaya pada lembaga pemasaran pedagang agen ke pedagang pengecer adalah sebesar 5,27 persen.

Harga penjualan pada lembaga pemasaran pedagang pengecer ke konsumen sebesar Rp. 50.000,- perkilogram sedangkan biaya pada lembaga pemasaran terkait sebesar Rp. 45.514,-per kilogram, maka keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran ini dalam menjalankan jamur tiram adalah sebesar Rp. 4.486,- per kilogram. Dengan demikian ratio keuntungan/biaya pada lembaga pemasaran pedagang pengecer ke konsumen adalah sebesar 9,86%.

Dari analisis yang dilakukan dapat diketahui bahwa penyebaran nilai rasio keuntungan dan biaya pada setiap lembaga pemasaran jamur tiram berbeda-beda, semakin tinggi nilai rasio semakin besar keuntungan yang diperoleh. Total nilai rasio keuntungan/biaya pada lembaga pemasaran yang tertinggi yaitu pada lembaga pemasaran produsen ke konsumen sebesar 262,02 persen, dapat juga diartikan bahwa untuk setiap Rp 1,00 per kilogram biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh yang bersangkutan, akan menghasilkan keuntungan sebesar Rp 344,42 per kilogram. Dari keseluruhan lembaga pemasaran yang terlibat yang

paling efisien berdasarkan indikator rasio keuntungan dan biaya adalah lembaga pemasaran produsen ke konsumen karena keuntungan yang diperoleh paling besar diantara lembaga pemasaran lainnya.

Selain itu teori Soekartawi (1993) dalam Khairida (2002) menjelaskan bahwa suatu pemasaran dapat dikatakan efisien bagi kedua pihak yaitu bagi petani dan lembaga pemasaran dengan syarat yaitu: (a). Bagi petani, pemasaran efisien bila harga yang diterima petani relatif tinggi (b). Bagi lembaga pemasaran, pemasaran efisien bila keuntungan yang diperoleh relatif tinggi dan biaya yang dikeluarkan relatif rendah. Persyaratan lain yaitu: tercermin dalam rasio antara keuntungan dan biaya (p/c). Jika $p/c = 1$ atau > 1 maka dapat dikatakan efisien dan begitu sebaliknya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Saluran tataniaga pada UD. Jamur Tiram yang terdapat di Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan, terdiri dari 3 tipe saluran yaitu: 1) Produsen → Pedagang pengumpul → Pedagang Agen → Pedagang Pengecer → Konsumen. 2) Produsen → Pedagang Pengecer → Konsumen. 3) Produsen → Konsumen
2. Berdasarkan hasil penelitian dari keseluruhan tipe saluran tataniaga, tipe 3 merupakan tipe saluran yang paling efisien karena bagian yang diterima produsen lebih besar dari 50 %.

5.2 Saran

1. Diharapkan kepada produsen agar lebih meningkatkan produksi jamur tiram yang diusahakan karena dengan produksi yang meningkat maka akan diikuti pula oleh pendapatan yang semakin tinggi. Serta jika produsen ingin mendapatkan keuntungan yang lebih besar dari hasil penjualan jamur tiram maka sebaiknya dijual langsung ke pedagang pengecer atau konsumen.
2. Pola saluran pemasaran yang dipilih berdasarkan perhitungan *producer's share* atau bagian yang diperoleh konsumen maka dapat dikatakan masing-masing saluran yang ada sudah efisien sehingga disarankan

untuk setiap petani pelaku pemasaran agar mempertahankan pola saluran pemasaran yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, S. 2005. Pemasaran Produk Dalam Perspektif Bisnis. Yogyakarta : Kanisius.
- Assauri, Sofjan. 2002. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Erlangga.
- Cahyana, Andika, dan Ibrahim. 2006. Budidaya Jamur Tiram. Malang : Genius. Gandjar.
- Djarajah, Nunung M dan Abbas Siregar Djarajah. 2001. Budidaya Jamur Tiram. Yogyakarta : Kanisius.
- Istiyanti, Eni. 2010. Efisiensi Pemasaran Cabai Merah Keriting Di Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman. *Mapeta*, 12(2): 116-124.
- Kotler Phillip. 2008. Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi 12. Jakarta : Salemba Empat Prentice Hall.
- _____. 2005. Manajemen Dalam Pemasaran. Edisi ke Delapan. Terjemahan Herujati Purwanto. Jakarta : Erlangga.
- Muchrodi. 2001. Jamur Tiram Putih. Penebar Swadaya. Jakarta
- Noor, H., Faizal. 2007. Ekonomi Majerial. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Parjimo, H. dan Agus, S. 2007. Teknik Budidaya Jamur Tiram. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Pearce dan Robinson. 2011. Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Soekartawi. 2002. Manajemen Pemasaran Hasil- Hasil Pertanian. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- _____.2003. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Sudiyono, A. 2002. Pemasaran Pertanian. Malang : Universitas Muhammadiyah Malang.
- Soenanto, H. 2000. Jamur Tiram. Budidaya dan Peluang Usaha. Semarang : Aneka Ilmu.
- Suratiyah, K. 2008. Ilmu Usahatani. Jakarta : Penebar Swadaya.
- Suriawiria. 2006. Budidaya Jamur Tiram. Kanisius. Cetakan Kelima. Yogyakarta.
- Sutarno. 2014. Analisis Efisiensi Pemasaran Kedelai di Kabupaten Wonogiri. *e-Journal Agrineca*. 14 (1): 1-10.

Lampiran . 1. Daftar Pertanyaan (Kuesioner) Penelitian

**“Analisis Tataniaga Usaha Jamur Tiram Pada Usaha Kulat Bungong
Di Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan
Kabupaten Aceh Barat Daya”**

Untuk Produsen Jamur Tiram, Pedagang dan Konsumen

DAFTAR PERTANYAAN
(Pedoman Wawancara Untuk Produsen)

Nomor : A

I. IDENTITAS RESPONDEN PRODUSEN

1. Nama : Helmi
2. Alamat : Gampong Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan
Kab. Abdya
3. Umur : 38 tahun
4. Jenis Kelamin : Laki Perempuan
5. Status : Menikah Belum Menikah

II. PERTANYAAN UNTUK PRODUSEN

1. Berapa biaya yang dibutuhkan dalam setiap kali Panen : Rp.
9.708.750,-/panen
2. Jumlah produksi yang siap dipasarkan : 1.000 kg
3. Ada berapa pedagang yang menjual produk Usaha Jamur Tiram?
Tidak ada
4. a. Di Desa ada pedagang : ya tidak
b. Bila ada, pedagang apa ?.....
5. Dalam Pemasaran : a. Produsen yang meghubungi pedagang
b. Pedagang yang menghubungi produsen
6. Dalam pemasaran produsen menjual kepada :
 - a. Konsumen:
 - b. Pedagang Pengumpul:
 - c. Pedagang Pengecer:
7. Berapa harga jual : - Jamur Tiram Pada Tingkat Konsumen: Rp.
50.000,-/Kg

- Pedagang Pengumpul: Rp. 35.000,-/Kg

- Pedagang Pengecer: Rp. 45.000,-/Kg

8. Berapa yang dijual dalam 1 bulan terakhir : 1.000 Kg

a. Konsumen 98 Kg. Harga rata rata : Rp. 50.000,-/Kg

b. Pedagang Pengumpul : 628 Kg, Harga rata rata : Rp. 35.000,-/Kg

c. Pedagang Pengecer : 247 Kg, Harga rata rata: Rp. 45.000,-/Kg

a. Dalam penentuan harga pihak mana yang dominasi dalam

penentuan

Produsen

Pedagang

b. Apakah ada perencanaan dalam menjual Jamur Tiram : Ya

Tidak

**DAFTAR PERTANYAAN
(PEDOMAN WAWANCARA UNTUK PEDAGANG JAMUR TIRAM)**

Nomor : B

I. IDENTITAS RESPONDEN PEDAGANG

1. Nama : Ridwan
2. Alamat : Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan
3. Umur : 41 Tahun
4. Jenis Kelamin : Laki-Laki : Perempuan :
5. Status : Menikah : Belum Menikah :

II. PERTANYAAN UNTUK PEDAGANG

1. Posisi tingkatan pedagang? Pedagang Besar Pedagang Pengumpul
Pedagang Pengecer
2. Cara membeli? Mendatangi Didatangi
3. Volume pembelian dalam sebulan ? 185 Kg
4. Membeli dari ? Produsen
5. Volume penjualan dalam sebulan ? 185 Kg
6. Lamanya menampung ? Harian
7. Menjual kepada ? Pedagang Agen
8. Volume penjualan ? 185 Kg
9. Variasi harga beli dan jual
 - a. Beli Jamur Tiram Rp. 35.000,-/Kg.
 - b. Jual Jamur Tiram Rp. 40.000,-/Kg
10. Biaya Pemasaran :
 - a. Transportasi : Rp. 101.000,-/bulan
 - b. Komunikasi : Rp. 27.000,-/bulan
 - c. Plastik : Rp. 9.000,-/bulan
 - d. Tenaga Kerja : Rp. 55.500,-/bulan
11. Punya tempat penampungan? Ya : Tidak :
12. Lamanya menampung produk ? 2 hari

**DAFTAR PERTANYAAN
(PEDOMAN WAWANCARA UNTUK PEDAGANG JAMUR TIRAM)**

Nomor : B

II. IDENTITAS RESPONDEN PEDAGANG

1. Nama : Mursalin
2. Alamat : Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan
3. Umur : 35 Tahun
4. Jenis Kelamin : Laki-Laki : Perempuan :
5. Status : Menikah : Belum Menikah :

II. PERTANYAAN UNTUK PEDAGANG

1. Posisi tingkatan pedagang? Pedagang Besar Pedagang Pengumpul
Pedagang Pengecer
2. Cara membeli? Mendatangi Didatangi
3. Volume pembelian dalam sebulan ? 114 Kg
4. Membeli dari ? Produsen
5. Volume penjualan dalam sebulan ? 114 Kg
6. Lamanya menampung ? Harian
7. Menjual kepada ? Pedagang Agen
8. Volume penjualan ? 114 Kg
9. Variasi harga beli dan jual
 - c. Beli Jamur Tiram Rp. 35.000,-/Kg.
 - d. Jual Jamur Tiram Rp. 40.000,-/Kg
10. Biaya Pemasaran :
 - e. Transportasi : Rp. 108.000,-/bulan
 - f. Komunikasi : Rp. 12.000,-/bulan
 - g. Plastik : Rp. 5.000,-/bulan
 - h. Tenaga Kerja : Rp. 34.200,-/bulan
11. Punya tempat penampungan? Ya : Tidak :
12. Lamanya menampung produk ? 2 hari

**DAFTAR PERTANYAAN
(PEDOMAN WAWANCARA UNTUK PEDAGANG JAMUR TIRAM)**

Nomor : B

III. IDENTITAS RESPONDEN PEDAGANG

1. Nama : Rukiyah
2. Alamat : Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan
3. Umur : 40 Tahun
4. Jenis Kelamin : Laki-Laki : Perempuan :
5. Status : Menikah : Belum Menikah :

II. PERTANYAAN UNTUK PEDAGANG

1. Posisi tingkatan pedagang? Pedagang Besar Pedagang Pengumpul
Pedagang Pengecer
2. Cara membeli? Mendatangi Didatangi
3. Volume pembelian dalam sebulan ? 83 Kg
4. Membeli dari ? Produsen
5. Volume penjualan dalam sebulan ? 83 Kg
6. Lamanya menampung ? Harian
7. Menjual kepada ? Pedagang Agen
8. Volume penjualan ? 83 Kg
9. Variasi harga beli dan jual
 - e. Beli Jamur Tiram Rp. 35.000,-/Kg.
 - f. Jual Jamur Tiram Rp. 40.000,-/Kg
10. Biaya Pemasaran :
 - i. Transportasi : Rp. 94.500,-/bulan
 - j. Komunikasi : Rp. 12.000,-/bulan
 - k. Plastik : Rp. 4.000,-/bulan
 - l. Tenaga Kerja : Rp. 24.900,-/bulan
11. Punya tempat penampungan? Ya : Tidak :
12. Lamanya menampung produk ? 2 hari

**DAFTAR PERTANYAAN
(PEDOMAN WAWANCARA UNTUK KONSUMEN JAMUR TIRAM)**

Nomor : C

--	--	--

I. IDENTITAS RESPONDEN KONSUMEN

1. Nama
:.....
2. Alamat
:.....
3. Umur
:..........
4. Jenis Kelamin : Laki-Laki : Perempuan :
5. Status : Menikah : Belum Menikah :

II. PERTANYAAN UNTUK KONSUMEN JAMUR TIRAM

1. Berapa jumlah Pembelian per hari :..... Kg Minggu
.....Kg dan Perbulan.....Kg
2. Anda menerima Jamur Tiram dari Produsen ? Ya
Tidak
Bila ya berapa harga beli?
- Jamur Tiram :Rp/Kg
3. a. Membeli pada pedagang : Pedagang Besar Pedagang Kecil
b. Nama pedagang yang menjual
:.....
4. Berapa harga beli ?
a. Jamur Tiram:.....Rp/Kg

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Irdawati, lahir di Desa Suak Labu pada tanggal 24 Juli 1989. Anak ke tiga dari 4 bersaudara, anak dari pasangan Ayahanda Amirudin Syam dan Ibunda Jami`ah. Pada tahun 1996 penulis memasuki jenjang pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri Tangan-tangan. Pada tahun 2002 penulis melanjutkan studi di SMP Negeri Tangan-tangandan tahun 2005 penulis melanjutkan studidi SMA Negeri Tangan-tangan. Pada tahun 2011 Penulis diterima di Universitas Teuku Umar melalui jalur Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB) di Fakultas Pertanian Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis.

Lampiran 2. Karakteristik Responden Usaha Jamur Tiram UD. Jamur Tiram					
Di Desa Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya					
Tahun 2016					
A. Produsen					
No	Unsur			Uraian	
1	2			3	
1	Nama			HELMI	
2	Jenis Kelamin			Laki-laki	
3	Umur			38 Tahun	
4	Pendidikan			SMA	
5	Status			Kawin	
6	Jumlah Keluarga			3 Orang	
7	Pengalaman Usaha			7 Tahun	
8	Wilayah Pemasaran			Aceh Barat Daya dan Sekitarnya	
B. Pedagang Pengumpul					
No Sampel	Nama	Umur (Thn)	Status	Pendidikan Responden	Pengalaman Usaha (Thn)
1	Ridwan	41	Menikah	SMA	7
2	Mursalin	35	Menikah	SMA	1
3	Rukiyah	40	Menikah	SMP	5
4	Ramadhan	33	Menikah	SMA	7
5	Muktar	45	Menikah	SMP	6
C. Pedagang Agen					
1	Jailani	38	Menikah	SMA	7
2	Marwan	29	Belum Menikah	SMA	3
3	Tgk. Samsul Bahri	46	Menikah	SMP	5
4	Zulhamdi	35	Menikah	SMA	4
5	Maisarah	31	Menikah	SMP	6
6	Sulaiman	47	Menikah	SD	4
7	Faridah	26	Belum Menikah	SMA	2
D. Pedagang Pengecer					
1	Heri Saputra	33	Menikah	Sarjana	4
2	Firman	40	Menikah	SMP	2
3	Faisal	27	Belum Menikah	SMA	1
4	Junaidi	38	Menikah	SMA	6
5	Rahmawati	35	Menikah	SMA	7
6	Surya	26	Belum Menikah	SMA	3
7	Tarmizi	35	Menikah	SMA	5
8	Kurnia	45	Menikah	SMP	6
9	Nur Hasanah	39	Menikah	SMP	2
10	Khairudin	50	Menikah	SD	4
11	Yah Din	53	Menikah	SMP	7
12	Amsari	35	Menikah	SD	5

Lampiran 3: Biaya Tetap Pada Produsen Jamur Tiram UD. Jamur Tiram								
Di Desa Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten								
Aceh Barat Daya, Tahun 2016								
No	Uraian	Volume (satuan)		Harga (Rp/Satuan)	Biaya (Rp)	Umur Ekonomis (Tahun)	Penyusutan Per Panen (Rp)	Total Biaya Tetap (Rp)
1	2	3		4	5=3x4	6	7=5:6:12blnx4bln	8
A	Alat							
1	Kumbung (rumah jamur)	1	Unit	3.000.000	3.000.000	5	200.000	200.000
2	Kereta Sorong	1	Unit	335.000	335.000	4	27.917	27.917
3	Kalkulator	1	Unit	35.000	35.000	2	5.833	5.833
4	Rak Penanaman	5	Baris	250.000	1.250.000	2	208.333	208.333
5	Timbangan	1	Unit	80.000	80.000	2	13.333	13.333
6	Iuran Pajak	4	bulan/panen	30.000	120.000	-	-	120.000
	Total				4.820.000		455.417	575.417
	Biaya Per Kilogram						455	575

Lampiran 4: Biaya Tidak Tetap Pada Usahatani Jamur Tiram UD. Jamur Tiram					
Di Desa Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten					
Aceh Barat Daya, Tahun 2016					

Biaya Variabel

No	Uraian	Satuan	Volume (satuan)	Harga (Rp./Satuan)	Biaya (Rp.)
1	2	3	4	5	6 (4x5)
1	Baglog	Baglog	1.000	5.000	5.000.000
2	Terpal Plastik	Meter	30	4.000	120.000
3	Transportasi	Panen	1	300.000	300.000
4	Tenaga Kerja (2 orangx4 bulan)	Orang/bulan	2	250.000	2.000.000
	Penyiraman/perawatan				
	Total				7.420.000
	Biaya Perkilogram				7.420

Lampiran 6: Biaya Tetap Pada Lembaga Pemasaran Pedagang Pengumpul Pemasaran Jamur Tiram

Di Desa Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten

Aceh Barat Daya, Tahun 2016

No	Perawatan Tempat				Timbangan				Kalkulator				Total			
	Unit	Harga (@.Rp)	Total Biaya (Rp)	Ekonomis Umur (bln) (Rp/4 bln)	Penyusutan (Rp/4 bln)	Unit	Harga (@.Rp)	Total Biaya (Rp)	Ekonomis Umur (bln) (Rp/4 bln)	Penyusutan (Rp/4 bln)	Unit	Harga (@.Rp)		Total Biaya (Rp/4 bln)	Ekonomis Umur (bln) (Rp/4 bln)	Penyusutan (Rp/4 bln)
1	1	450.000	450.000	12	150.000	1	57.000	57.000	12	19.000	1	28.000	28.000	12	9.333	178.333
2	1	550.000	550.000	12	183.333	1	53.000	53.000	12	17.667	1	30.000	30.000	12	10.000	211.000
3	1	500.000	500.000	12	166.667	1	60.000	60.000	12	20.000	1	25.000	25.000	12	8.333	195.000
4	1	450.000	450.000	12	150.000	1	57.000	57.000	12	19.000	1	30.000	30.000	12	10.000	179.000
5	1	400.000	400.000	12	133.333	1	51.000	51.000	12	17.000	1	27.000	27.000	12	9.000	159.333
Jml			2.350.000		783.333			278.000		92.667			140.000		46.667	922.667
Rata2					156.667					18.533					9.333	184.533
Rata2 Per Kilogram					1.196					141					71	1.409

Lampiran 7: Biaya Tetap Pada Lembaga Pemasaran Pedagang Agen Pemasaran Jamur Tiram															
Di Desa Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten															
Aceh Barat Daya, Tahun 2016															

No	Perawatan Tempat					Timbangan					Kalkulator					Total
	Sam pel	Unit	Harga (@.Rp)	Total Biaya (Rp)	Ekonomis Umur (bln)	Penyusutan (Rp/ 4 bln)	Unit	Harga (@.Rp)	Total Biaya (Rp)	Ekonomis Umur (bln)	Penyusutan (Rp/ 4 bln)	Unit	Harga (@.Rp)	Total Biaya (Rp)	Ekonomis Umur (bln)	
1	1	350.000	350.000	12	116.667	1	57.000	57.000	12	19.000	1	22.000	22.000	12	7.333	143.000
2	1	400.000	400.000	12	133.333	1	53.000	53.000	12	17.667	1	25.000	25.000	12	8.333	159.333
3	1	350.000	350.000	12	116.667	1	60.000	60.000	12	20.000	1	20.000	20.000	12	6.667	143.333
4	1	400.000	400.000	12	133.333	1	57.000	57.000	12	19.000	1	17.000	17.000	12	5.667	158.000
5	1	350.000	350.000	12	116.667	1	51.000	51.000	12	17.000	1	20.000	20.000	12	6.667	140.333
6	1	400.000	400.000	12	133.333	1	50.000	50.000	12	16.667	1	23.000	23.000	12	7.667	157.667
7	1	350.000	350.000	12	116.667	1	49.500	49.500	12	16.500	1	21.000	21.000	12	7.000	140.167
Jml			2.600.000		866.667			377.500		125.833			148.000		49.333	1.041.833
Rata2					123.810					17.976					7.048	148.833
Rata2 Per Kilogram					1.323					192					75	1.591

Lampiran 8. Rata-rata Biaya, Penerimaan dan Pendapatan Pada Lembaga Pemasaran Pedagang Pengumpul dan Pedagang Agen
di Desa Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya, Tahun 2016

No. Responden	Pembelian			Operasional Pemasaran				Total Biaya (Rp)	Penjualan ke Pedagang Agen			Penjualan ke Pedagang Pengecer			Total Penjualan (Rp)	Total Keuntungan (Rp)
	Volume Kg	Harga (Rp)	Jumlah Harga (Rp)	Transpor (Rp.)	Komunikas (Rp.)	Plastik (Rp.)	Biaya TK (Rp.)		Volume Kg	Harga (Rp)	Jumlah (Rp.)	Volume Kg	Harga (Rp)	Jumlah (Rp.)		
Pedagang Pengumpul																
1	185	35.000	6.475.000	101.000	27.000	9.000	55.500	6.667.500	185	40.000	7.400.000				7.400.000	732.500
2	114	35.000	3.990.000	108.000	12.000	5.000	34.200	4.149.200	114	40.000	4.560.000				4.560.000	410.800
3	83	35.000	2.905.000	94.500	12.000	4.000	24.900	3.040.400	83	40.000	3.320.000				3.320.000	279.600
4	170	35.000	5.950.000	101.000	25.000	8.500	51.000	6.135.500	170	40.000	6.800.000				6.800.000	664.500
5	103	35.000	3.605.000	115.000	15.000	5.000	30.900	3.770.900	103	40.000	4.120.000				4.120.000	349.100
Jumlah	655		22.925.000	519.500	91.000	31.500	196.500	23.763.500	655		26.200.000	-	-	-	26.200.000	2.436.500
Rata2	131		4.585.000	103.900	18.200	6.300	39.300	4.752.700	131		5.240.000	-	-	-	5.240.000	487.300
Rata-rata Per Kilogram			35.000				1.280	36.280			40.000				40.000	3.720
Pedagang Agen																
1	120	40.000	4.800.000	74.000	12.000	6.000	36.000	4.928.000				120	45.000	5.400.000	5.400.000	472.000
2	71	40.000	2.840.000	60.000	7.000	3.500	21.300	2.931.800				71	45.000	3.195.000	3.195.000	263.200
3	109	40.000	4.360.000	67.500	7.000	4.500	32.700	4.471.700				109	45.000	4.905.000	4.905.000	433.300
4	83	40.000	3.320.000	74.000	7.000	4.000	24.900	3.429.900				83	45.000	3.735.000	3.735.000	305.100
5	74	40.000	2.960.000	60.000	7.000	3.700	22.200	3.052.900				74	45.000	3.330.000	3.330.000	277.100
6	88	40.000	3.520.000	54.000	7.000	4.000	26.400	3.611.400				88	45.000	3.960.000	3.960.000	348.600
7	110	40.000	4.400.000	81.000	12.000	5.500	33.000	4.531.500				110	45.000	4.950.000	4.950.000	418.500
Jumlah	655	280.000	26.200.000	470.500	59.000	31.200	196.500	26.957.200				655	315.000	29.475.000	29.475.000	2.517.800
Rata2	94	40.000	3.742.857	67.214	8.429	4.457	28.071	3.851.029				94	45.000	4.210.714	4.210.714	359.686
Rata-rata Per Kilogram			40.000				1.156	41.156						45.000	45.000	3.844

Lampiran 9: Biaya Tetap Pada Lembaga Pemasaran Pedagang Pengecer Pemasaran Jamur Tiram

Di Desa Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten

Aceh Barat Daya, Tahun 2016

No Sam pel	Perawatan Tempat				Timbangan					Kalkulator				Total Biaya Tetap (Rp)		
	Unit	Harga (@.Rp)	Total Biaya (Rp)	Ekonomis Umur (bln)	Penyusutan (Rp.)	Unit	Harga (@.Rp)	Total Biaya (Rp)	Ekonomis Umur (bln)	Penyusutan (Rp.)	Unit	Harga (@.Rp)	Total Biaya (Rp)		Ekonomis Umur (bln)	Penyusutan (Rp.)
1	1	400.000	400.000	12	133.333	1	57.000	57.000	12	19.000	1	22.000	22.000	12	7.333	159.667
2	1	350.000	350.000	12	116.667	1	53.000	53.000	12	17.667	1	25.000	25.000	12	8.333	142.667
3	1	300.000	300.000	12	100.000	1	55.000	55.000	12	18.333	1	20.000	20.000	12	6.667	125.000
4	1	350.000	350.000	12	116.667	1	51.000	51.000	12	17.000	1	17.000	17.000	12	5.667	139.333
5	1	350.000	350.000	12	116.667	1	57.000	57.000	12	19.000	1	20.000	20.000	12	6.667	142.333
6	1	400.000	400.000	12	133.333	1	51.000	51.000	12	17.000	1	23.000	23.000	12	7.667	158.000
7	1	350.000	350.000	12	116.667	1	55.000	55.000	12	18.333	1	21.000	21.000	12	7.000	142.000
8	1	350.000	350.000	12	116.667	1	57.000	57.000	12	19.000	1	21.000	21.000	12	7.000	142.667
9	1	300.000	300.000	12	100.000	1	51.000	51.000	12	17.000	1	21.000	21.000	12	7.000	124.000
10	1	350.000	350.000	12	116.667	1	51.000	51.000	12	17.000	1	21.000	21.000	12	7.000	140.667
11	1	400.000	400.000	12	133.333	1	55.000	55.000	12	18.333	1	21.000	21.000	12	7.000	158.667
12	1	350.000	350.000	12	116.667	1	51.000	51.000	12	17.000	1	21.000	21.000	12	7.000	140.667
Jml			4.250.000		1.416.667			644.000		214.667			253.000		84.333	1.715.667
Rata2					118.056					17.889					7.028	142.972
Rata2 Per Kilogram					1.571					238					93	1.902

Lampiran 10. Biaya, Margin, *Producer's Share* dan Ratio Keuntungan dan Biaya Pada Lembaga Pemasaran Jamur Tiram di Desa Suak Labu Kecamatan Tangan-Tangan Kabupaten Aceh Barat Daya. Tahun 2016

1. Biaya Pemasaran Jamur Tiram Per Kg Pada Masing-Masing Lembaga Pemasaran

No	LEMBAGA PEMASARAN	BIAYA TETAP (Rp)	BIAYA VARIABEL (Rp)	TOTAL BIAYA (Rp)
1	Petani/Produsen	455	7.420	7.875
2	Pedagang Pengumpul	1.409	36.280	37.689
3	Pedagang Agen	1.591	41.156	42.747
4	Pedagang Pengecer	1.902	43.612	45.514
Total Biaya Pemasaran				133.825

2. Margin Pemasaran Jamur Tiram Per Kg Pada Masing-Masing Lembaga Pemasaran

No	LEMBAGA PEMASARAN	Pk - HARGA DITINGKAT KONSUMEN (Rp)	Pp - HARGA DI TINGKAT PRODUSEN (Rp)	MARGIN PEMASARAN (Rp)	PERSENTASE MARGIN (%)
1	Petani/Produsen	35.000	7.875	27.125	74,98%
2	Pedagang Pengumpul	40.000	37.689	2.311	6,39%
3	Pedagang Agen	45.000	42.747	2.253	6,23%
4	Pedagang Pengecer	50.000	45.514	4.486	12,40%
Total Magin Pemasaran				36.175	100,00%

3. Bagian Harga yang Diterima Lembaga Pemasaran (*Producer's Share*) Jamur Tiram Per Kilogram

No	LEMBAGA PEMASARAN	Pk - HARGA DITINGKAT KONSUMEN (Rp)	Pp - HARGA DI TINGKAT PRODUSEN (Rp)	<i>PRODUCER'S SHARE</i> (%)
1	Petani/Produsen	35.000	7.875	22,50%
2	Pedagang Pengumpul	40.000	37.689	94,22%
3	Pedagang Agen	45.000	42.747	94,99%
4	Pedagang Pengecer	50.000	45.514	91,03%

4. Ratio Keuntungan dan Biaya Per Kg Pemasaran Jamur Tiram Pada Masing-Masing Lembaga Pemasaran

NO	LEMBAGA PEMASARAN	HARGA PENJUALAN PADA LEMBAGA (Rp)	C - BIAYA PADA LEMBAGA PEMASARAN (Rp)	L - KEUNTUNGAN PADA LEMBAGA PEMASARAN	RATIO KEUNTUNGAN (%)
1	Petani/Produsen	35.000	7.875	27.125	344,42%
2	Pedagang Pengumpul	40.000	37.689	2.311	6,13%
3	Pedagang Agen	45.000	42.747	2.253	5,27%
4	Pedagang Pengecer	50.000	45.514	4.486	9,86%