

ANALISIS PEMASARAN JAMUR TIRAM PUTIH (*Pleurotus ostreatus*) (STUDI KASUS OKY JAMUR TIRAM DI KOTA PEKANBARU PROVINSI RIAU)

Dela Junia Safitri¹, Yeni Kusumawaty², Evy Maharani³

^{1,2,3}Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Riau

Artikel Info	ABSTRAK
<p>Genesis Artikel: Diterima : 01-07-2024 Direvisi : 4-11-2024 Diterbitkan : 30-04-2025</p> <p>Kata Kunci : Jamur Tiram Margin Pemasaran Efisiensi Pemasaran</p>	<p>Salah satu jenis flora umum yang tumbuh subur di Kota Pekanbaru adalah jamur tiram. Kota Pekanbaru menghasilkan 150 kg jamur tiram setiap hari. Namun, permintaan di Kota Pekanbaru mendekati 300 kg setiap hari, dan hasil ini masih kurang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat efisiensi pemasaran, margin, dan profitabilitas perusahaan pembudidaya Jamur Tiram Putih Oky. Pendekatan studi kasus digunakan untuk melakukan penelitian selama tujuh bulan, dari Februari 2023 hingga Agustus 2023. Data dikumpulkan melalui survei dan wawancara langsung. Pendekatan kuantitatif deskriptif digunakan untuk memeriksa data. Menurut data, Jamur Tiram Oky menggunakan dua saluran pemasaran: saluran I, yang menghubungkan petani langsung dengan pelanggan, dan saluran II, yang menghubungkan petani dengan pedagang, yang pada gilirannya menjangkau konsumen. Nilai margin paling kecil terdapat pada saluran I yaitu Rp 0,-. Efisiensi saluran pemasaran I yaitu sebesar 0,8% dan saluran II sebesar 2,17%, sehingga usaha budidaya jamur tiram di Oky Jamur Tiram lebih efisien pada saluran I.</p>
<p>Keywords:</p> <p>Oyster Mushrooms Marketing Margin Marketing Efficiency</p>	<p>ABSTRACT</p> <p><i>One type of common flora that thrives in Pekanbaru City is oyster mushroom. Pekanbaru City produces 150 kg of oyster mushrooms every day. However, the demand in Pekanbaru City is close to 300 kg every day, and this result is still lacking. This study aims to determine the level of marketing efficiency, margin, and profitability of the Oky White Oyster Mushroom cultivation company is the main objective of this study. A case study approach was used to conduct the research for seven months, from February 2023 to August 2023. Data was collected through surveys and direct interviews. A descriptive quantitative approach was used to examine the data. According to the data, Oky Oyster Mushrooms uses two marketing channels: channel I, which connects farmers directly with customers, and channel II, which connects farmers with traders, who in turn reach consumers. The smallest margin value is found in channel I, which is Rp 0,-. The efficiency of marketing channel I is 0.8% and channel II is 2.17%, so the oyster mushroom cultivation business at Oky Oyster Mushroom is more efficient in channel I.</i></p>



Penulis Korespondensi:

Yeni Kusumawaty

Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Riau

Email: yeni.kusumawaty@lecturer.unri.ac.id

Handphone: 081537409456

PENDAHULUAN

Sebagai sumber pangan sekaligus komoditas, jamur termasuk tanaman hortikultura yang paling digemari, sebagaimana yang dikemukakan oleh Rahmawati dkk. (2022). Kondisi lingkungan yang mendukung di Indonesia membuat budidaya jamur tiram menjadi usaha yang menjanjikan. Selain itu, sumber daya yang dibutuhkan untuk membudidayakan jamur ini mudah diperoleh dan dimanfaatkan secara luas. Jamur memiliki kemampuan untuk mendongkrak pendapatan masyarakat karena nilai gizi dan ekonominya yang tinggi (Candra *et al.*, 2014).

Provinsi Riau merupakan salah satu daerah yang membudidayakan jamur tiram, khususnya di Kota Pekanbaru. Jamur tiram semakin diminati di Kota Pekanbaru. Ryanto (2021) melaporkan bahwa Kota Pekanbaru memiliki permintaan jamur tiram sebanyak 300 kg per hari. Seiring tersiarnya kabar tentang manfaat jamur tiram putih bagi kesehatan, permintaan jamur tiram putih di Kota Pekanbaru pun semakin meningkat. (Zikri *et al.*, 2015). Akan tetapi, peningkatan permintaan tidak seimbang dengan ketersediaan jamur tiram di Pekanbaru yaitu hanya 150 kg perhari.

Produksi jamur tiram putih di Kota Pekanbaru juga mengalami penurunan setiap tahunnya. Dengan luas panen 740 hektare, produksi jamur tiram pada tahun 2017 mencapai 15.175 kuintal. Luas panen jamur tiram pada tahun 2018 mencapai 737 hektare, sedangkan produksi turun menjadi 8.145 kuintal. Bahkan dengan luas panen 1.027 hektare pada tahun 2019, produksi turun menjadi 3.945 kuintal. Produksi jamur tiram mencapai puncaknya pada tahun 2020 sebesar 4.205 kuintal dari luas panen 1.200 hektare tetapi kemudian turun menjadi 2.943 kuintal dari 1.830 ha pada tahun 2021. (BPS Provinsi Riau, 2022). Oleh karena itu, produksi jamur tiram di Kota Pekanbaru harus ditingkatkan agar bisa memenuhi permintaan pasar.

Oky Jamur Tiram merupakan salah satu usaha budidaya jamur tiram putih yang ada di Kota Pekanbaru. Oky Jamur Tiram telah memproduksi *baglog* (media tanam jamur) sendiri dan sudah beroperasi sejak tahun 2012 hingga sekarang. Budidaya jamur tiram ini dilakukan pada satu kumbung (rumah jamur) yang berada dilahan pekarangan rumah milik pribadi. Usaha Oky Jamur Tiram selalu mengalami perkembangan dan saat ini dapat memproduksi 20 hingga 30 kg jamur segar setiap hari.

Setiap hari, jamur tiram dipanen dan dijual kepada pelanggan dan toko. Salah satu strategi pemasaran yang umum digunakan oleh petani adalah dengan memasarkan langsung ke konsumen. Di Oky Jamur Tiram, lima pedagang berbeda membeli jamur tiram setiap hari, dengan setiap pembeli membeli empat hingga sepuluh kilogram. Petani mengenakan harga yang berbeda kepada pelanggan ketika

mereka menjual jamur tiram langsung kepada mereka dibandingkan ketika mereka menjual kepada pedagang. Harga jual jamur tiram ke konsumen yaitu Rp 25.000/Kg dan harga ke pedagang pengecer Rp 23.000/kg.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis margin, keuntungan, dan efisiensi pemasaran dari budidaya jamur di Oky Jamur Tiram.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Oky Jamur Tiram Jalan Semina, Kecamatan Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru. Kegiatan Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2023 hingga Agustus 2023. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Penelitian menerapkan observasi langsung ke lokasi usaha dengan mewawancarai pemilik usaha menggunakan kuesioner.

Untuk menganalisis margin, keuntungan, dan efisiensi pemasaran dari usaha budidaya jamur tiram yang dijalankan oleh petani Oky Jamur Tiram dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif dengan rancangan analisis:

a. Margin Pemasaran

Menurut Yusri *et al.* (2021), menghitung margin pemasaran menggunakan rumus:

- Margin pemasaran:

$$M = H_k - H_p$$

- Persentase margin (share margin):

$$SM = \frac{H_p}{H_k} \times 100\%$$

Keterangan:

M = Margin pemasaran (Rp/Kg/siklus produksi)

H_k = Harga yang dibayar konsumen akhir (Rp/Kg/siklus produksi)

H_p = Harga yang diterima petani (Rp/Kg/siklus produksi)

b. Keuntungan Pemasaran

Menurut Zikri *et al.* (2015), untuk menghitung keuntungan pemasaran menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\pi = M - B$$

Keterangan:

π = Keuntungan pemasaran (Rp/Kg/siklus produksi)

M = Margin Pemasaran (Rp/Kg/siklus produksi)

B = Biaya Pemasaran (Rp/Kg/siklus produksi)

c. Efisiensi Pemasaran

Menurut Yusri *et al.* (2021), untuk menghitung efisiensi pemasaran menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

EP = Efisiensi Pemasaran (%)

TB = Total Biaya (Rp/Kg/siklus produksi)

TNP = Total nilai produk yang dipasarkan (Rp/Kg/siklus produksi)

Efisiensi pemasaran tercermin dari rendahnya tingkat % ketidakefisienan. Jika nilai persentase efisiensi pemasaran meningkat, ini menunjukkan bahwa pemasaran menjadi kurang efisien.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Usaha

Oky Jamur Tiram merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang sudah berdiri sejak tahun 2012. Kumbung jamur tiram putih pada awal usaha yaitu berukuran kecil hingga saat ini sudah memiliki kumbung ukuran besar. Perkembangan usaha budidaya Oky Jamur Tiram dilakukan dengan memperluas kumbung dan memperbanyak jumlah *baglog*. Pada tahun 2012 hingga 2015 ukuran kumbung jamur tiram yaitu 5 x 7 m dengan 3.000 *baglog*. Pada tahun 2016 hingga 2018 ukuran kumbung jamur tiram yaitu 5 x 12 m dengan 6.000 *baglog*. Sedangkan pada tahun 2019 hingga saat ini ukuran kumbung jamur tiram yaitu 5 x 16 m dengan 10.000 *baglog*.

Usaha Oky Jamur Tiram melakukan produksi *baglog* sendiri sesuai dengan yang dibutuhkan yaitu 10.000 *baglog* per siklus produksi. Usaha Oky Jamur Tiram memiliki satu kumbung. Saat ini Usaha Oky Jamur Tiram dapat menghasilkan jamur tiram segar yaitu 20 hingga 30 kg setiap hari. Saat ini petani sudah memiliki 6 karyawan yang terdiri dari tiga laki-laki dan tiga perempuan. Karyawan Oky Jamur Tiram dalam proses budidaya memiliki tugas yang berbeda. Pembagian tugas yang diberikan pada karyawan juga disesuaikan dengan kemampuan seperti tiga orang

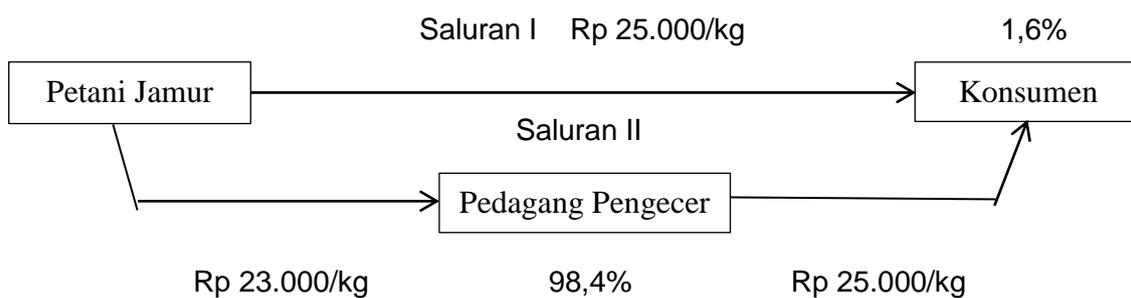
bagian pengadukan media tanam, dua orang bagian pembungkusan, satu orang bagian pembibitan, dan dua orang bagian perawatan jamur tiram.

Profil Petani

Keberhasilan suatu usaha tani dapat dilihat dari identitas petani yang menjalankan usaha tersebut. Petani yang menjalankan usaha budidaya jamur tiram ini yaitu Bapak Oky Ahyar Kurniawan. Umur petani yaitu 32 tahun yang termasuk usia produktif. Menurut Shintia *et al.* (2017), kelompok umur produktif petani yaitu usia 20-49 tahun. Tingkat pendidikan yang tinggi juga berpengaruh dalam keberhasilan suatu usaha tani salah satunya dalam pemasaran jamur tiram. Petani Oky Jamur Tiram berpendidikan S1. Dengan pendidikan yang tinggi petani lebih memahami berbagai teknologi dalam pemasaran jamur tiram seperti promosi melalui handphone. Saat ini petani dapat menggunakan beberapa aplikasi dalam pemasaran jamur tiram ini seperti *whatsapp*, *facebook*, dan *instagram*. Petani memiliki pengalaman dalam usaha budidaya jamur tiram yaitu selama 11 tahun.

Analisis Pemasaran Jamur Tiram

Pemasaran adalah komponen penting dalam suatu usaha. Menurut Putri *et al.* (2018), Distribusi komoditas dari produsen ke pengguna akhir dikenal sebagai pemasaran. Ada dua metode dalam pemasaran produk: langsung dan tidak langsung (melalui perantara). (Yusarah, 2018). Saluran pemasaran produk Oky Jamur Tiram dapat di lihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Saluran pemasaran jamur tiram

Berdasarkan Gambar 1 dapat dilihat bahwa pada saluran pertama yaitu saluran pemasaran langsung dengan melakukan penyaluran produk jamur tiram dari petani langsung kepada konsumen, pada saluran kedua yaitu saluran melalui perantara dengan melakukan penyaluran produk jamur tiram dari petani kepada pedagang pengecer kemudian menjual kepada konsumen akhir di pasar. Hal tersebut sejalan

dengan penelitian Amil (2019), yang melaporkan bahwa ada dua saluran pemasaran jamur tiram, satu antara petani dan konsumen dan yang lainnya antara petani dan pengecer.

Pemasaran jamur tiram pada saluran I yaitu 52 kg atau 1,6% per siklus produksi. Harga jual jamur tiram pada saluran I yaitu Rp 25.000/kg. Harga jual jamur tiram ini ditentukan oleh petani dengan menyesuaikan harga dengan petani jamur tiram lainnya. Harga jual jamur tiram yang diberikan ke konsumen akhir lebih tinggi dibandingkan dengan harga kepada pedagang pengecer karena jumlah jamur tiram yang dibeli konsumen akhir pada saluran ini masih dalam jumlah yang kecil yaitu hanya 1 hingga 2 kg.

Pemasaran pada saluran II yaitu pemasaran melalui perantara pedagang pengecer. Petani di saluran II menjual 3.288 kg jamur tiram atau 98,4 persen dari total setiap panen. Di saluran pemasaran kedua, harga jamur tiram dari petani ke pedagang adalah Rp23.000 per kilogram, yang selanjutnya dijual ke konsumen dengan harga Rp25.000 per kilogram. Harga jual petani pada saluran ini lebih kecil dibandingkan dengan saluran I karena jumlah jamur tiram yang dibeli pedagang pengecer dengan jumlah yang besar yaitu 4 hingga 7 kg dan merupakan pelanggan tetap. Pedagang pengecer pada saluran pemasaran ini sebanyak lima orang.

Analisis Margin Pemasaran

Sisa setelah dikurangi jumlah yang dibayarkan oleh konsumen disebut "margin pemasaran" untuk suatu produk. Penting untuk mengetahui pengeluaran pemasaran agen pemasaran untuk mengetahui margin pemasaran dapat memperkirakan keuntungan dari hal ini. (Tanjung *et al.*, 2018).

Berdasarkan hasil penelitian, biaya pemasaran yang digunakan dalam pemasaran jamur tiram putih di Oky Jamur Tiram yaitu biaya transportasi dan biaya pengemasan. Nilai margin pemasaran pada usaha Oky Jamur Tiram dapat dilihat pada Tabel 1 dan 2.

Tabel 1. Margin Pemasaran dan *Share Margin* Pemasaran Jamur Tiram Saluran I

No	Keterangan	Margin	Harga Jual	Biaya	Share
----	------------	--------	------------	-------	-------

	Pemasaran	(Rp/Kg)	Pemasaran	Margin
			(Rp/kg)	(%)
1	Petani	0		100
	1. Harga Jual Petani	25.000		
	2. Biaya Pemasaran Petani			
	* Biaya <i>Packing</i>		200	
2	Konsumen			
	1. Harga Beli Konsumen	25.000		

Tabel 1 menunjukkan bahwa petani memiliki share margin sebesar 100% atas produknya, yang berarti harga jualnya adalah Rp25.000/kg, yang sama dengan harga yang dibayarkan oleh pelanggan. Produsen jamur tiram mengeluarkan biaya sebesar Rp200/kg (biaya pengemasan dari bulan oktober – februari yang dibagi dengan hasil jamur tiram selama 5 bulan tersebut yaitu Rp10.400/52kg) yaitu untuk pengemasan sebagai biaya pemasaran mereka. Pengemasan jamur tiram menggunakan karet gelang. Plastik ukuran 3 kg diisi dengan jamur tiram sebanyak 1 kg. Menurut temuan Syahputra (2018), saluran I memiliki nilai share margin sebesar 100% ketika petani menjualnya dengan harga Rp20.000/kg dan biaya pengemasannya adalah Rp200/kg.

Tabel 2. Margin Pemasaran dan *Share Margin* Pemasaran Jamur Tiram Saluran II

No	Keterangan	Margin Pemasaran	Harga Jual (Rp/Kg)	Biaya Pemasaran (Rp/kg)	Share Margin (%)
1	Petani	2.000			92
	1. Harga Jual Petani		23.000		
2	Pedagang Pengecer				
	1. Harga Beli				
	2. Biaya Pemasaran				
	* Biaya <i>Packing</i>			209	
	* Biaya Transportasi			291	
	Total Biaya			500	
3	Konsumen				
	1. Harga Beli Konsumen		25.000		

Harga jual di tingkat pengecer di saluran II adalah Rp25.000/kg, sedangkan di tingkat petani adalah Rp23.000/kg, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 2. Dengan

nilai margin bagi hasil sebesar 92%, margin pemasaran di saluran II adalah Rp2.000/kg. Pengecer di saluran II mengeluarkan biaya sebesar Rp209/kg (biaya pengemasan dibagi dengan jumlah jamur tiram selama 5 bulan yaitu Rp687.192/3.288kg) untuk pengemasan dan Rp291/kg untuk transportasi untuk tujuan pemasaran sehingga pengecer akan mendapatkan keuntungan sebesar Rp1.500 per kilogramnya.

Margin keuntungan berbeda-beda untuk setiap saluran pemasaran. Pada perusahaan Oky Jamur *Oyster*, saluran I memiliki nilai keuntungan pemasaran terendah yaitu Rp 0. Rendahnya nilai margin pemasaran saluran I ini dikarenakan tidak ada lembaga lain yang terlibat dalam pemasaran jamur tiram. Zikri et al. (2015) menemukan bahwa jamur tiram dari King Spora Farm dipasarkan melalui dua saluran, sehingga hal ini sesuai dengan temuan mereka. Saluran pemasaran I menghasilkan keuntungan minimum sebesar Rp0 karena tidak adanya lembaga pemasaran.

Efisiensi Pemasaran

Mengetahui efisiensi pemasaran perusahaan pertanian sangat penting untuk memilih saluran pemasaran yang paling berhasil. Ada dua saluran yang digunakan Oky *Oyster Mushrooms* untuk mengiklankan produknya. Oleh karena itu, untuk membuat pilihan yang tepat, penting untuk menentukan efektivitas pemasaran setiap saluran. Efektivitas iklan *Oky Oyster Mushroom* dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Tingkat efisiensi pemasaran jamur tiram

No	Saluran Pemasaran	Biaya (Rp/Kg)	Nilai Produk (Rp/Kg)	Nilai Efisiensi (%)
1	Saluran Pemasaran I	200	25.000	0,8
2	Saluran Pemasaran II	500	23.000	2,17

Tabel 3 menunjukkan seberapa efisien pemasaran bagi Perusahaan Jamur Tiram Oky. Saluran I memiliki nilai efisiensi pemasaran tertinggi sebesar 0,8%. Saluran II memiliki nilai efisiensi pemasaran sebesar 2,17 persen. Saluran I merupakan saluran pemasaran yang paling efektif bagi Perusahaan Jamur Tiram Oky karena memiliki nilai terendah. Menurut penelitian Amil (2019), saluran I merupakan saluran pemasaran yang lebih efisien dengan nilai efisiensi sebesar 2,8% dibandingkan dengan saluran II yang hanya 3,45%. Jadi, jelas bahwa saluran I merupakan pilihan yang lebih baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa di Oky Jamur Tiram terdapat dua saluran pemasaran jamur tiram. Saluran I adalah saluran yang menghubungkan petani langsung dengan konsumen. Saluran II adalah saluran yang menghubungkan petani dengan pedagang yang selanjutnya menjual jamur tiram putih ke konsumen. Nilai margin paling kecil terdapat pada saluran I yaitu Rp 0,-. Efisiensi saluran pemasaran I yaitu sebesar 0,8% dan saluran II sebesar 2,17%, sehingga usaha budidaya jamur tiram di Oky Jamur Tiram lebih efisien pada saluran I.

DAFTAR PUSTAKA

- Amil, H. Y. (2019). *Analisis Usaha dan Pemasaran Jamur Tiram di Kelurahan Kulim Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru (Studi Kasus pada Usaha "Agropermata")*. Skripsi. Universitas Islam Riau.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Provinsi Riau dalam Angka 2022*. Badan Pusat Statistik Provinsi Riau. Pekanbaru.
- Candra, R., Hepiana, D. A., & Situmorang, S. (2014). *Analisis Usaha tani dan Pemasaran Jamur Tiram dengan Cara Konvensional dan Jaringan (Multi level marketing) di Provinsi Lampung*. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, 2(1), 38-47.
- Putri, R. K., Nurmalina, R., & Burhanuddin, B. (2018). *Analisis Efisiensi dan Faktor yang Memengaruhi Pilihan Saluran Pemasaran*. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(1), 109-135.
- Rahmawati, R. (2022). *Strategi Pengembangan Usaha Budi-daya Jamur Tiram Putih (Pleurotus ostreatus) di Kabupaten Langkat, Sumatera Utara (Studi Kasus: UMKM Rumah jamur)*. *Waluyo Jatmiko Pro-ceeding*, 15(1), 95-102.
- Ryanto, N. A. (2021). *Perluasan Pemasaran Baglog Jamur Tiram Menggunakan Media Tanam Growbox pada Rumah Jamur Nando*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor.
- Shintia, R. D., & Amalia, A. (2017). *Analisis Usaha tani Jamur Tiram Putih (Pleurotus ostreatus) di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru*. *Jurnal Ilmiah Pertanian*, 13(2), 38-49.
- Syahputra, D. (2018). *Analisis Usaha tani dan Pemasaran Jamur Tiram (Pleurotus sp.) (Studi Kasus: Kecamatan Percut Sei Tuan, Kab Deli Serdang)*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Medan.
- Tanjung, D. S., Sasongko, L. A., & Awami, S. N. (2018). *Analisis Usaha Budidaya dan Pemasaran Jamur Tiram Putih (Pleurotus ostreatus) Di Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang*. *Jurnal Agrica*, 11(1), 15-27.
- Yusarah, A. (2018). *Saluran dan Margin Pemasaran Cabai Merah (Kasus Pemasaran Cabai Merah Besar dari Kecamatan Taraju Kabupaten Tasikmalaya ke Pasar Induk Kramat Jati dan Pasar Jatinegara Jakarta)*. Skripsi. Universitas Silwangi. Tasikmalaya.

- Yusri, J., Fanny, S & Yulia, A. (2021). *Studi Pola Distribusi dan Margin Pemasaran pada Beras Kemasan Best Seller di Kota Pekanbaru, Riau, Indonesia*. *Agro Bali : Agricultural Journal*, 4(3), 438-446.
- Zikri, A. R., Khaswarina, S., & Maharani, E. (2015). *Analisis Usaha dan Pemasaran Jamur Tiram Putih (Pleurotus ostreatus) Studi Kasus di Kelurahan Tangkerang Timur Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru*. *Jom Faperta*, 2(2).