

ANALISIS PENDAPATAN USAHATANI DAN EFISIENSI PEMASARAN JAMUR MERANG (*Volvariella volvacea*)

FARM INCOME ANALYSIS AND MARKETING EFFICIENCY OF STRAW MUSHROOM (*Volvariella volvacea*)

SUHAENI

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian Universitas Singaperbangsa Karawang, Karawang, Indonesia

Email : suhaeni@faperta.unsika.ac.id

ABSTRACT

The straw mushroom is one of the leading commodities in Karawang Regency. The growth of mushroom consumption always increases every year. Demand per day reaches 4-10 tons, while the supply only ranges from 4-7 tons. Thus, this commodity has the potential to increase the income of mushroom agribusiness actors. This study aims to analyze the income received by farmers, the pattern of marketing channels and marketing efficiency of straw mushrooms in Karawang Regency. The research method used was descriptive method with survey research techniques. The data used were primary and secondary data. The sample was determined in a non-probabilistic way with the entry point being the main business actor (mushroom farmers), then forward and backward tracing was carried out using snowball sampling to obtain a sample at the next point. The analytical method used was the analysis of income, marketing margin, profit, farmer share and marketing efficiency. The results showed that there were 6 patterns of the straw mushroom marketing channels. The actors involved consist of farmers, traders, wholesalers, retailers and consumers. The results of the mushroom farming analysis showed that the R/C value was 1.98. The R/C value > 1 indicates that the business carried out by the mushroom farmers was feasible. Based on marketing margin, profit, farmers' share, and marketing efficiency, all marketing channels were categorized as efficient.

Keyword: straw mushroom, revenue, marketing channels, marketing efficiency

ABSTRAK

Jamur merang merupakan salah satu komoditas unggulan yang ada di Kabupaten Karawang. Pertumbuhan konsumsi jamur selalu meningkat setiap tahunnya. Permintaan per hari mencapai 4-10 ton, sementara penawarannya hanya berkisar 4-7 ton. Dengan demikian, komoditas ini sangat potensial untuk meningkatkan pendapatan pelaku agribisnis jamur merang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pendapatan yang diterima petani, pola saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran jamur merang di Kabupaten Karawang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan teknik penelitian survei. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Sampel ditentukan dengan cara non probabilistik dengan entry point adalah pelaku usaha utama (petani jamur), kemudian dilakukan penelusuran ke depan dan ke belakang (*forward and backward*) dengan menggunakan *snowball sampling* untuk mendapatkan sampel pada titik berikutnya. Metode Analisis yang digunakan adalah analisis pendapatan, margin pemasaran, keuntungan, farmer share dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 6 pola saluran pemasaran jamur merang. Pelaku yang terlibat terdiri dari petani, bandar, pedagang besar, pengecer dan konsumen. Hasil analisis usahatani jamur merang menunjukkan bahwa nilai R/C sebesar 1,98. Nilai R/C >1 menunjukkan bahwa usaha yang dilakukan oleh petani jamur merang layak untuk diusahakan. Ditinjau dari margin pemasaran, keuntungan, *farmers's share*, efisensi pemasaran, semua saluran pemasaran dikategorikan efisien.

Kata kunci: jamur merang, pendapatan, saluran pemasaran, efisiensi pemasaran

PENDAHULUAN

Komoditas hortikultura memiliki peranan penting dalam memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Salah satu komoditas hortikultura yang memiliki pertumbuhan konsumsi cukup tinggi adalah komoditas jamur (Grimm & Wösten, 2018). Jamur merupakan komoditas

sayuran dengan pertumbuhan per kapita paling tinggi jika dibandingkan dengan komoditas sayuran lainnya. Jamur dikonsumsi tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan gizi masyarakat tetapi juga untuk kesehatan (Pop et al., 2018) karena diperkaya dengan protein, fenolat, vitamin, antioksidan, dan mikro (Kora, 2020). Jamur mengandung

fenolat dan antioksidan dapat digunakan sebagai obat (Al-Ghamdi et al., 2020) dan tujuan pengobatan (Abdel-Mawgoud et al., 2019). Sehingga selain sebagai makanan, jamur juga dapat dimanfaatkan sebagai obat (Ashraf et al., 2020) dan baik untuk diet karena rendah kalori, karbohidrat, lemak dan kolesterol (Fontes et al., 2019).

Rata-rata pertumbuhan konsumsi jamur di Indonesia pada tahun 2014 sebesar 8,7% meningkat menjadi 17,7% pada tahun 2018 (Badan Ketahanan Pangan, 2019). Permintaan (*demand*) terhadap jamur merang di Kabupaten Karawang per hari mencapai 4-10 ton, sementara penawaran (*supply*) hanya 4-7 ton per hari (BPS Kabupaten Karawang, 2018). Tingginya konsumsi jamur dapat memperluas lapangan kerja dan memberi peluang untuk berwirausaha.

Kabupaten Karawang menjadi salah satu kabupaten/kota yang memiliki produksi jamur tertinggi dibandingkan dengan sentra jamur lainnya. Urutan kedua penghasil jamur berturut-turut Bandung Barat, Bogor, Subang dan terakhir Cianjur (BPS Provinsi Jawa Barat, 2018). Jamur merang banyak dibudidayakan karena memiliki siklus hidup yang pendek yaitu kurang dari satu bulan (Munawar & Kartika, 2017) dan usahatani jamur merang dinilai sangat menguntungkan (Fauziah & Soejono, 2019). Namun, seiring berjalannya waktu produktivitas jamur merang khususnya di Kabupaten Karawang cenderung mengalami penurunan. Akumulatif produksi jamur dari empat Kecamatan sentra jamur di Kabupaten Karawang, yaitu Banyusari, Jatisari, Cilamaya Wetan dan Cilamaya Kulon dari tahun 2008 sampai dengan tahun 2018 selalu mengalami penurunan. Penyebab turunnya produktivitas jamur diantaranya adalah rendahnya kualitas bibit/benih jamur, teknik budidaya yang belum optimal, kurangnya manajemen usaha yang baik, rendahnya regenerasi sumber daya manusia dan belum terintegrasi dengan baik hubungan antara pelaku usaha.

Selain itu, petani jamur memiliki tantangan pemasaran domestik yang sangat kompetitif dengan jenis jamur lainnya seperti jamur tiram, kancing, kuping dan jenis jamur lainnya. Kemudian tantangan pemasaran dari eksternal, diantaranya adalah adanya jamur

impor yang masuk dari Thailand, Jepang dan Cina dengan kemasan yang modern dan branding *lux*. Saat ini jamur impor sudah menguasai kurang lebih 30% pasar modern di Indonesia.

Kendala pemasaran tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha. Apalagi selama ini pemasaran yang dilakukan oleh petani jamur merang masih dilakukan secara konvensional dan sangat tergantung kepada pedagang perantara. Bagian nilai yang diterima petani juga dianggap paling rendah jika dibandingkan dengan pelaku lainnya (Irianto & Widiyanti, 2012). Kondisi ini menunjukkan adanya keterkaitan hubungan sosial yang terjadi antara petani jamur merang dengan pelaku lain yang terlibat dalam tatanan rantai pemasaran tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pendapatan usahatani jamur merang, mengetahui pola saluran pemasaran jamur merang dan mengukur tingkat efisiensi pemasaran jamur merang di Kabupaten Karawang.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan survei, wawancara dan penyebaran kuesioner kepada responden. Jumlah responden penelitian ini adalah 54 petani jamur merang diambil secara *random sampling* dan 16 pedagang diambil secara *snowball sampling*. Lokasi penelitian di sentra jamur merang yaitu Kecamatan Jatisari, Kabupaten Karawang. Penentuan lokasi dilakukan secara *purposive sampling*, dengan pertimbangan lokasi penelitian adalah sentra jamur merang. Variabel penelitian yang digunakan adalah pendapatan usahatani jamur merang dan efisiensi pemasaran mulai dari petani, bandar, pedagang besar, pengecer dan konsumen. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis pendapatan, margin pemasaran, profit margin, *farmer share* dan efisiensi pemasaran.

Menurut (Sukirno, 2002), biaya produksi dan pendapatan dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$TR = PxQ$$

dimana:

TR = *total Revenue* (total penerimaan)

P = *price* (harga)
Q = *quantity* (jumlah produksi)

Total Biaya ditentukan dengan menggunakan rumus:

$$TC = TFC + TVC$$

dimana:

TC = *total cost* (total biaya)
TFC = *total fix cost* (total biaya tetap)
TVC = *total variable cost* (total biaya variabel)

Pendapatan ditentukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$I = TR - TC$$

dimana:

I = *income* (pendapatan)
TR = *total revenue* (total penerimaan)
TC = *total cost* (biaya total)

Metode pendekatan yang digunakan untuk perhitungan layak atau tidaknya usahatani dapat dilakukan dengan menghitung *Revenue cost (RC) Ratio*, *Benefit Cost (B/C) Ratio* dengan rumus (Hanafi, 2010):

$$RC \text{ ratio} = \frac{\text{Penerimaan}}{\text{Biaya Produksi}}$$

Kriteria yang digunakan:

R/C *ratio* > 1, maka usahatani layak diusahakan
R/C *ratio* < 1, maka usahatani tidak layak diusahakan
R/C *ratio* = 1, maka usahatani dikatakan inpas, tidak memberikan keuntungan dan kerugian dalam analisis kelayakan dikatakan tidak layak.

Menurut (Wahyu Andayani, 2007), penentuan tingkat efisiensi pemasaran dapat menggunakan beberapa variabel, yaitu margin keuntungan (*profit margin*), margin pemasaran (*marketing margin*), dan bagian petani (*farmer share*) dan efisiensi pemasaran.

1. Margin Pemasaran (*Profit Margin*)

Margin pemasaran (Mp) adalah selisih harga produk ditingkat konsumen (Pr) dengan harga ditingkat produsen (Pf) atau penjumlahan biaya pada tiap lembaga

pemasaran (bi) dengan parameter keuntungan masing-masing (ki).

$$Mp = Pr - Pf \text{ atau } Mp = \sum bi + \sum ki$$

dimana:

Mp = Margin pemasaran
Pr = Harga di tingkat konsumen (*user*)
Pf = Harga di tingkat produsen (*farm*)
bi = Biaya tata niaga ke-i
ki = keuntungan ke-i

Suatu sistem distribusi pemasaran dikatakan efisien jika besarnya tingkat margin pemasaran bernilai kurang dari 50% dari tingkat harga yang di bayarkan konsumen.

2. Margin Keuntungan

Keuntungan adalah selisih harga yang dibayarkan konsumen (rata-rata) dengan biaya pemasaran.

$$Mki = (\text{Harga jual}) - \{(\text{harga beli}) + (\text{biaya})\}$$

dimana:

Mki = Keuntungan

Semakin besar margin pemasaran maka makin tidak efisien sistem pemasaran tersebut (Hanfie, 2010).

3. Petani (*Farmer Share*)

Menurut (Soekartawi, 2005), share harga yang diterima Petani (SPf) adalah besarnya bagian yang diterima petani dari harga yang dibayar konsumen atas suatu produk yang dinyatakan dalam persen.

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

dimana:

SPf = *Share* harga di tingkat petani
Pr = Harga di tingkat konsumen (*user*)
Pf = Harga di tingkat petani (*farm*)

4. Efisiensi Pemasaran

Menurut (Downey, 1992), Efisiensi pemasaran dapat dihitung dengan menggunakan rumus efisiensi pemasaran (Ep) sebagai berikut:

$$\text{Efisiensi Pemasaran} = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai Produk yang dipasarkan}}$$

Kaidah Keputusan:

1. Ep > 1 berarti tidak efisien
2. Ep < 1 berarti efisien

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran dan Pendapatan Usahatani Jamur Merang

Kabupaten Karawang merupakan salah satu Kabupaten di Jawa Barat yang memiliki potensi tinggi dalam bidang pertanian. Secara geografis kabupaten Karawang terletak 107° 02' – 107° 40' BT dan 5° 56' – 6° 34' LS. Karawang termasuk daerah dataran yang relative rendah dengan variasi ketinggian wilayah antara 0-1279 meter di atas permukaan laut dengan tingkat kemiringan wilayah 0-2%, 2-15%, 15-40% dan di atas 40% dengan suhu rata-rata 27°C. Kabupaten Karawang selain dikenal sebagai lumbung padi, juga terkenal dengan sentra jamur merangnya (Munawar & Kartika, 2017).

Kecamatan Jatisari merupakan salah satu daerah sentra jamur merang di Kabupaten Karawang. kecamatan ini sudah terkenal sebagai pemasok jamur di pasar lokal maupun pasar luar Kabupaten Karawang. Potensinya sangat besar. Jamur merang yang dihasilkan mampu bersaing dengan produk jamur merang dari Kabupaten lain yang ada di Jawa Barat, bahkan di luar Jawa.

Salah satu pelaku pembudidaya jamur merang di Kecamatan Jatisari adalah Gabungan kelompok tani (Gapoktan) Saluyu, yang diketuai oleh Bapak H. Sulaeman. Usahatani jamur merang ini sudah dilakukan sejak tahun 1987 sampai sekarang. Sumber-sumber bahan baku dalam proses produksi seperti jerami, kapas, dedak (bekatul), kapur, dan bibit jamur merupakan bahan baku utama. Selain itu, membutuhkan barang material seperti bambu tali, paku dan plastic Fe. Bahkan saat ini material bangunan fisik kubung menggunakan baja ringan sebagai bahan baku fisik bangunan. Bahan baku produksi serta sarana lainnya sangat mudah untuk didapatkan.

Air dibutuhkan dalam proses fermentasi bahan baku jerami, kapas dan untuk penyiraman maupun pasteurisasi yang merupakan bagian sangat penting dari proses produksi jamur merang. Kondisi air tersedia dengan aman dan baik. Namun demikian, terkadang kualitas air jelek dan banjir. Sehingga berdampak terhadap produktivitas dan kualitas jamur merang yang dihasilkan.

Dalam pelaksanaan budidaya jamur merang sesungguhnya tidak membutuhkan lahan yang luas. Minimal ukuran 50 m² bisa dilakukan budidaya jamur merang untuk satu unit kubung jamur merang. Secara spesifik budidaya jamur merang membutuhkan suhu ruang dalam kubung maksimal 37°C dan minimal 30°C dan humidity 20% s/d 85%. Suhu tersebut sangat sesuai dengan cuaca dan iklim Kabupaten Karawang.

Banyak keuntungan yang dirasakan oleh pelaku agribisnis jamur merang, khususnya yang dirasakan oleh anggota kelompok tani, diantaranya adalah dapat meningkatkan pendapatan petani, menambah lapangan kerja baru, menambah gizi keluarga, memanfaatkan limbah-limbah pertanian yang sudah tidak terpakai atau terbuang, bekas/limbah budidaya jamur merang bisa digunakan untuk kompos/pupuk palawija dan sayuran serta tidak memerlukan lahan yang luas.

Ada beberapa tahap perlakuan dalam budidaya jamur merang diantaranya adalah tahap pengomposan jerami dan kapas, tahap memasukan kompos jerami dan kapas ke dalam lumbung, tahap melakukan stim dan memasang bibit jamur dan panen. Untuk mengetahui kapan jamur merang dapat dipanen, maka harus diketahui terlebih dahulu berapa lama proses pembuatan jamur merang itu sendiri, yaitu antara lain:

- Proses pengomposan bahan baku: 7 hari
- Masa tanam sampai siap panen : 9 hari
- Lamanya panen dari awal-akhir : 12 hari

Proses pembuatan jamur merang sampai dengan selesai panen memakan waktu selama 23 hari. Dalam proses pemanenan jamur merang harus dilakukan dengan hati-hati, agar jamur merang yang masih kecil-kecil tidak ikut tercabut. Panen bisa dilakukan sebanyak 12 kali. Rata-rata produksi jamur merang dalam satu kali musim panen adalah 225 kg. Jumlah ini menurun jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya yang bisa mencapai 300-400 kg dalam satu kali musim panen. Salah satu faktor yang menyebabkannya adalah kualitas bibit jamur merang. Petani jamur

merang di Kecamatan Jatisari belum mampu menghasilkan jamur merang yang berkualitas dan tersertifikasi. Bibit jamur diperoleh dari toko agroinput yang ada di Karawang atau membeli langsung dari kota Jogjakarta.

Tabel 1. Menunjukkan rata-rata hasil panen jamur merang dalam satu kali musim panen dalam satu kumbung jamur berukuran

7x4 meter. Hasil analisis pendapatan usahatani jamur merang menunjukkan bahwa nilai R/C ratio sebesar 1,98 yang menunjukkan bahwa setiap Rp. 1 biaya yang dikeluarkan akan menambahkan penerimaan sebesar Rp 1,98. Nilai R/C >1 menunjukkan bahwa usaha yang dilakukan oleh petani jamur merang layak untuk diusahakan.

Tabel 1. Analisis Pendapatan Usahatani Jamur Merang Dalam Satu Kali Panen Per Kumbung (7x4 m)

No	Uraian	Jumlah	Satuan	Harga rata-rata	Nilai (Rp)
A	Biaya variable				
1	Bibit (kg)	50	bungkus	4.000	200.000
2	Kapas	200	Kg	1.000	200.000
3	Jerami	3	Colt	350.000	1.050.000
4	Kayu bakar	2	Kubik	200.000	400.000
5	Dedak	160	Kg	3.000	480.000
6	Kapur	1	karung	75.000	75.000
7	Tenaga kerja langsung	1	Orang	600.000	600.000
	Jumlah biaya variable				3.005.000
B	Biaya Penyusutan Tetap				
1	Kumbung jamur	1	Kumbung	335.000	335.000
2	Selang air	1	Buah	8.500	8.500
3	Timbangan	1	Buah	4.500	4.500
4	Pisau	1	Buah	2.000	2.000
5	Keranjang	1	Buah	1.000	1.000
6	Pompa air	1	Buah	17.000	17.000
7	Alat pembersih Kumbung Jamur	1		2.500	2.500
8	Serokan	1	Buah	2.500	2.500
9	Terpal	1	Buah	2.000	2.000
10	Drum	1	Buah	27.500	27.500
	Jumlah biaya tetap				402.500
	Total Biaya produksi				3.407.500
	Total Penerimaan	225	Kg	30.000	6.750.000
	Total Pendapatan				3.342.500
	R/C				1,98

Sumber: Analisis data primer, 2020

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, permasalahan dalam agribisnis jamur merang adalah petani/produsen jamur merang belum bisa menyediakan supply jamur merang sesuai dengan permintaan pasar. Hal tersebut diakibatkan produksi yang semakin menurun. Faktor-faktor yang menyebabkan turunnya produksi adalah sulitnya pengadaan bibit jamur merang yang berkualitas dan ketebalan media tanam (Riduwan et al., 2013) akibat sulitnya pengadaan jerami, sulitnya modal untuk usahatani (Melani et al., 2021). Selain itu, dalam aspek pemasaran petani jamur masih sangat tergantung terhadap bandar akibat kurangnya informasi pasar dan harga.

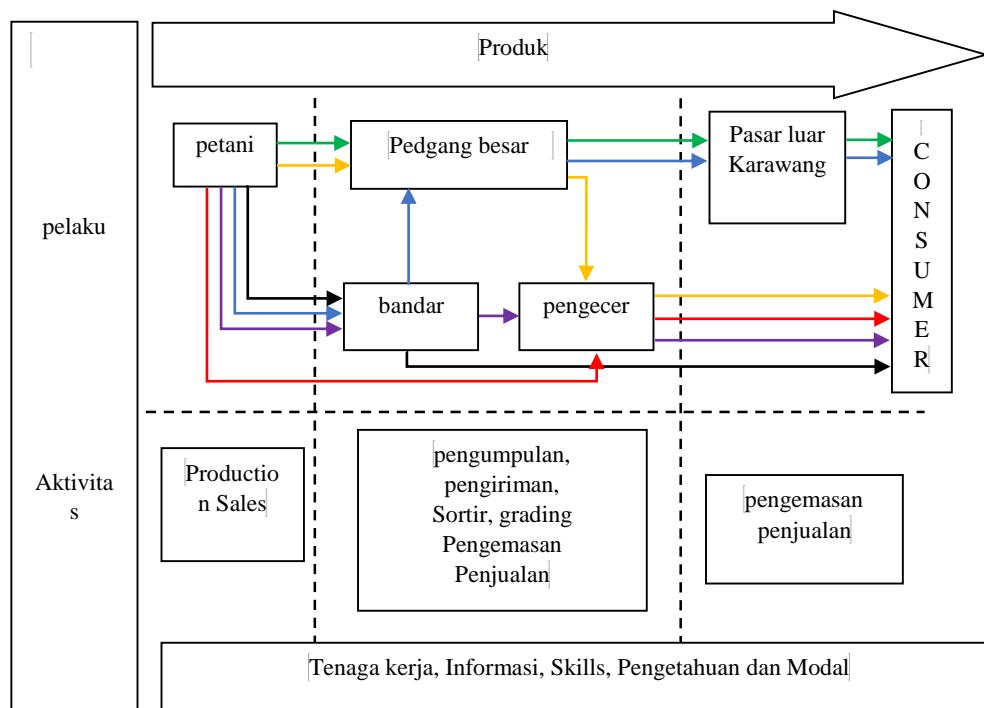
Dengan demikian, sangat diperlukan perbaikan saluran pemasaran yang mampu memberikan keberadilan bagi setiap pelakunya.

2. Saluran Pemasaran Jamur Merang

Pada pola saluran pemasaran jamur merang terdapat empat komponen utama yaitu produk, pelaku, kegiatan dan input (Gambar 1). Produk yang dimaksud pada gambar merupakan jamur merang yang diproduksi oleh produsen untuk dikirim ke konsumen. Jamur merang mudah rusak dan tidak tahan lama. Kesegaran produk merupakan tolak ukur kualitas pemasaran. Sebab, semakin lama pola pemasarannya,

semakin rendah kualitas kesegarannya. Terdapat enam pola saluran pemasaran jamur merang yang melibatkan lima pelaku yaitu,

petani, bandar, pedagang besar, pengecer dan konsumen.



Gambar 1. Saluran Pemasaran Jamur Merang

3. Efisiensi Pemasaran

Tabel 2. Menunjukkan nilai margin pemasaran di setiap pola saluran pemasaran nilainya kurang dari 50% dari harga yang dibayarkan konsumen. Hal ini menunjukkan saluran pemasaran dinilai sudah efisien. Tinggi rendahnya margin pemasaran dipakai untuk mengukur efisiensi sistem pemasaran. Semakin tinggi margin pemasaran maka makin tidak efisien sistem pemasaran tersebut. Margin pemasaran semakin tinggi akibat bagian yang diterima petani produsen (*farmer's share*) menjadi kecil. Hal ini sangat tidak menggairahkan produsen untuk berproduksi. Selain itu, margin pemasaran akan semakin bertambah jika semakin banyak lembaga pemasaran yang terlibat, dengan demikian semakin panjang saluran pemasarannya maka semakin besar marginnya, sehingga menyebabkan harga di tingkat konsumen akan lebih mahal.

Profit margin merupakan selisih harga yang dipasarkan ke produsen dengan harga

yang diberikan oleh konsumen dikurangi dengan biaya-biaya pemasaran. Jarak antara tempat produksi pertanian dari produsen ke konsumen menyebabkan terjadinya perbedaan besarnya biaya dan keuntungan. Perbedaan harga di masing-masing lembaga pemasaran sangat bervariasi tergantung besar kecilnya keuntungan yang diambil oleh masing-masing lembaga pemasaran. Profit margin bisa juga digunakan untuk melihat saluran pemasaran yang paling sesuai dan memberikan keadilan per kg jamur merang di setiap saluran pemasaran. Berdasarkan hasil analisis diperoleh profit margin terkecil adalah bandar sebesar Rp. 2.083 dan Rp 2.018 (pola 4 dan 5). Hal tersebut dikarenakan cukup panjangnya rantai saluran pemasaran, sehingga keuntungan yang diambil Bandar hanya sedikit, selain itu pula karena adanya biaya pemasaran misalnya biaya pengangkutan dan transportasi. Meskipun keuntungan Bandar kecil (pada pola 4 dan 5), Bandar membeli hasil panen

petani dalam jumlah banyak. Profit margin lembaga pemasaran yang tertinggi juga adalah pengecer sebesar Rp. 5.500 per kg

jamur merang (pola 5). Keuntungan cukup tinggi namun kuantitas pembelian terbatas.

Tabel 2. Hasil Analisis Margin Pemasaran, Profit Margin, Farmer's share dan Efisiensi Pemasaran Jamur Merang di kabupaten Karawang

Pola saluran	Harga, Biaya, Margin (Rp)						Farmer's Share	Efisiensi Pemasaran
	Produksi	Pembelian	Penjualan	Biaya Pemasaran	Profit Margin	Margin Pemasaran		
Pola 1: Petani Pedagang besar Pasar luar daerah	14.855	27.000 33.000	27.000 33.000	1.773	12.145 4.227	6.000	81,8%	0,05
Pola 2: Petani Pedagang besar Pengecer lokal Konsumen lokal	14.855	27.000 33.000 38.000	27.000 33.000 38.000	1.322 833	12.145 4.678 4.167	6.000 5.000	71%	0,06
Pola 3: Petani Bandar Konsumen lokal	14.855	30.000 36.000	30.000 36.000	1.667	12.145 4.333	6.000	83,3%	0,05
Pola 4: Petani Bandar Pedagang besar Pasar luar daerah	14.855	27.000 30.000 36.000	27.000 30.000 36.000	917 1.983	12.145 2.083 4.017	3.000 6.000	75%	0,08
Pola 5: Petani Bandar Pengecer Konsumen lokal	14.855	30.000 33.000 40.000	30.000 33.000 40.000	982 1.500	12.145 2.018 5.500	3.000 7.000	75%	0,06
Pola 6: Petani Pengecer Kosumen lokal	14.855	33.000 38.000	33.000 38.000	1.000	12.145 4.000	5.000	86%	0,03

Sumber: Analisis data primer, 2020

Berdasarkan hasil wawancara yang mendalam bersama petani jamur merang, menunjukkan bahwa petani memiliki ketergantungan yang sangat tinggi terhadap bandar terutama dalam pengadaan biaya. Akses petani terhadap Lembaga keuangan seperti Bank masih sangat terbatas. Petani diberikan pinjaman modal oleh

bandar/pedagang besar, lalu petani akan menjual hasil panennya kepada bandar tersebut. Akses petani ke pasar tradisional maupun pasar induk apalagi pasar modern dinilai terbatas, sehingga masih sangat tergantung terhadap Bandar. Terbukti volume penjualan hasil panen yang dijual kepada bandar sebanyak 70%, sementara sisanya

sebanyak 30% petani kirim ke pedagang besar dan pengecer di pasar tradisional. Keterbatasan modal dan teknologi juga mengakibatkan petani memiliki posisi tawar yang rendah dalam proses negosiasi dengan pihak perantara.

Farmer's share merupakan persentase perbandingan antara harga di tingkat petani dan harga di tingkat konsumen akhir. Nilai *farmer's share* pada rantai saluran pemasaran berkisar 71%-86%. Nilai *farmer's share* dari enam pola saluran pemasaran cukup tinggi. Menurut (Rosmawati, 2011), semakin tinggi tingkat persentase *farmer's share* maka semakin efisien kegiatan pemasaran yang dilakukan dan sebaliknya semakin rendah tingkat persentase *farmer's share* maka akan semakin rendah pula tingkat efisiensi dalam kegiatan pemasaran.

Efisiensi pemasaran dilihat dengan membandingkan antara biaya pemasaran dengan nilai produk yang dipasarkan. Berdasarkan hasil analisa diperoleh nilai efisiensi pemasaran rantai saluran pemasaran jamur merang di Kabupaten Karawang berkisar 0,03-0,08. Menurut (Downey, 1992), suatu saluran pemasaran akan dinilai efisien jika nilai efisiensi < 1 dan dinilai tidak efisien jika nilai efisiensi > 1. Jika melihat nilai efisiensi pada tiap pola saluran pemasaran jamur merang tersebut, maka seluruh pola saluran pemasaran tersebut dikategorikan efisien.

KESIMPULAN

Terdapat 6 pola saluran pemasaran jamur merang. Pelaku yang terlibat terdiri dari petani, bandar, pedagang besar, pengecer dan konsumen. Hasil analisis pendapatan usahatani jamur merang menunjukkan bahwa nilai R/C sebesar 1,98. Nilai R/C > 1 menunjukkan bahwa usaha yang dilakukan oleh petani jamur merang layak untuk diusahakan. Ditinjau dari margin pemasaran, keuntungan, *farmers's share*, efisiensi pemasaran, semua saluran pemasaran dikategorikan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- ABDEL-MAWGOUD, M., KHEDR, F. G., & MOHAMMED, E. I. (2019). Phenolic Compounds, Antioxidant and Antibacterial Activities of *Rhus flexicaulis* Baker. In *Jordan Journal of Biological Sciences* (Vol. 12, Issue 1).
- AL-GHAMDI, A. Y., FADLELMULA, A. A., & ABDALLA, M. O. M. (2020). Total Phenolic Content, Antioxidant and Antimicrobial Activity of *Ruta chalepensis* L. Leaf Extract in Al-Baha Area, Saudi Arabia. In *Jordan Journal of Biological Sciences* (Vol. 13).
- ASHRAF, S. A., ELKHALIFA, A. E. O., SIDDIQUI, A. J., PATEL, M., AWADELKAREEM, A. M., SNOUSSI, M., SNOUSSI, M., ASHRAF, M. S., ADNAN, M., & HADI, S. (2020). Cordycepin for Health and Wellbeing: A Potent Bioactive Metabolite of an Entomopathogenic Medicinal Fungus *Cordyceps* with Its Nutraceutical and Therapeutic Potential. *Molecules*, 25(12).
<https://doi.org/10.3390/molecules25122735>
- BADAN KETAHANAN PANGAN. (2019). *Statistik Ketahanan Pangan 2018*. Badan Ketahanan Pangan Kementerian Pertanian.
- BPS KABUPATEN KARAWANG. (2018). *Kabupaten Karawang Dalam Angka 2018*. BPS Kabupaten Karawang.
- BPS PROVINSI JAWA BARAT. (2018). Provinsi Jawa Barat Dalam Angka 2018. *BPS Provinsi Jawa Barat*, 721.
<https://jabar.bps.go.id/publication/2018/08/16/d8b96de222796402938666e4/provinsi-jawa-barat-dalam-angka-2018.html>
- DOWNEY, W. . DAN S. P. E. (1992). *Manajemen Agribisnis*. Erlangga.
- FAUZIAH, F. R., & SOEJONO, D. (2019). Analisis Pendapatan Usahatani Jamur Merang dan Kontribusinya Terhadap Pendaatan Rumah Tangga Petani di Kelurahan Sempusari Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 15(2), 172.
<https://doi.org/10.20961/sepa.v15i2.264>

- FONTES, A., ALEMANY-PAGÈS, M., OLIVEIRA, P. J., RAMALHO-SANTOS, J., ZISCHKA, H., & AZUL, A. M. (2019). Antioxidant versus pro-apoptotic effects of mushroom-enriched diets on mitochondria in liver disease. In *International Journal of Molecular Sciences* (Vol. 20, Issue 16). MDPI AG. <https://doi.org/10.3390/ijms20163987>
- GRIMM, D., & WÖSTEN, H. A. B. (2018). Mushroom cultivation in the circular economy. In *Applied Microbiology and Biotechnology* (Vol. 102, Issue 18, pp. 7795–7803). Springer Verlag. <https://doi.org/10.1007/s00253-018-9226-8>
- HANAFI, R. (2010). *Pengantar Ekonomi Pertanian*. ANDI.
- IRIANTO, H., & WIDIYANTI, E. (2012). Analysis of Value Chain and Marketing Efficiency Mushroom Agribusiness in Karanganyar District. *Sepa*, 9(2), 260–272.
- KORA, A. J. (2020). Nutritional and antioxidant significance of selenium-enriched mushrooms. *Bulletin of the National Research Centre*, 44(1). <https://doi.org/10.1186/s42269-020-00289-w>
- MELANI, S. S., SULISTYOWATI, L., & LUCIANA, T. (2021). *Sumber Risiko Dan Mitigasi Risiko Jamur Merang (Volvariella Volvaceae) Di Kecamatan Jatisari Kabupaten Karawang Sources Of Risk And Risk Mitigation Of Merang Mushroom (Volvariella volvaceae) In Jatisari District , Karawang Regency Siti Sarah Melani *,. 7(2), 1756–1769.*
- MUNAWAR, F. R., & KARTIKA, J. G. (2017). Produksi dan Kualitas Jamur Merang (*Volvariella volvaceae*) pada Kelompok Tani “Mitra Usaha” Kabupaten Karawang. *Bul. Agrohorti*, 5(264–273). <https://journal.ipb.ac.id/index.php/bulag>

- POP, R. M., PUIA, I. C., PUIA, A., CHEDEA, V. S., LEOPOLD, N., BOCSAN, I. C., & BUZOIANU, A. D. (2018). Characterization of *Trametes versicolor*: Medicinal mushroom with important health benefits. *Notulae Botanicae Horti Agrobotanici Cluj-Napoca*, 46(2), 343–349. <https://doi.org/10.15835/nbha46211132>
- RIDUWAN, M., HARIYONO, D., NAWAWI, M., BUDIDAYA, J., & PERTANIAN, P. F. (2013). Pertumbuhan dan hasil jamur merang (*volvariella volvacea*) pada berbagai sistem penebaran bibit dan ketebalan media. *Jurnal Produksi Tanaman*, 1(1), 70–79. <https://media.neliti.com/media/publications/125744-ID-pertumbuhan-dan-hasil-jamur-merang-volva.pdf>
- Rosmawati, H. (2011). Analisis Efisiensi Pemasaran Pisang Produksi Petani di Kecamatan Lengkiti Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Agronomis*, 3(5), 1–9.
- Soekartawi. (2005). *Prinsip Dasar -Hasil Pertanian Teori dan Aplikasinya*. Grafindo Persada.
- Sukirno, S. (2002). *Pengantar Teori Mikroekonomi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Wahyu Andayani. (2007). Analisis Efisiensi Pemasaran Kacang Mete (Cashew Nuts) Di Kabupaten Wonogiri. *Akta Agrosia*, 7(1). http://katalog.pustaka.unand.ac.id/index.php?p=show_detail&id=90084