

ANALISIS USAHATANI DAN PEMASARAN JAMUR TIRAM DENGAN CARA KONVENSIONAL DAN JARINGAN (*MULTI LEVEL MARKETING*) DI PROVINSI LAMPUNG

(Analysis of Oyster Mushroom Farming and Marketing In A Conventional Manner and The Network (Multi Level Marketing) In Lampung Province)

Reki Candra, Dyah Aring Hepiana L, Suriaty Situmorang

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung, Jl. Prof. Dr. Soemantri Brodjonegoro No. 1
Bandar Lampung 35145, Telp. 085269518357 e-mail: rekicandra@yahoo.com

ABSTRACT

This research aims to analyze: whether the oyster mushroom farm in Lampung Province profitable or not, and the efficiency of oyster mushroom marketing system in a conventional manner and the network in Lampung Province. The research was conducted in Lampung Province especially in Bandar Lampung and Metro City. The research location was chosen on purpose. The farmer respondents were chosen by census and the intermediary marketing institution was taken by following the marketing's flow. The data was collected in January-August 2013. The research results showed that oyster mushroom farming in Lampung Province was profitable for oyster mushroom farmers in which R/C ratio of the cash costs was 1.95 and R/C ratio of the total cost was 1.29. The efficiency of oyster mushroom marketing were as follows: (a) market structure formed in conventional manner was oligopsony, while the network marketing was oligopoly; (b) market behavior: oyster mushroom farmers, both conventional and network marketing sold their crops and be paid in cash. (c) Marketing oyster mushroom by forming a group of network marketing upline and downline network had relatively much benefit than the conventional one.

Keywords: conventional marketing, network marketing, oyster mushroom

PENDAHULUAN

Sasaran utama pembangunan nasional adalah untuk mencapai struktur perekonomian yang seimbang, yang memiliki sektor industri yang kuat didorong oleh sektor pertanian yang maju. Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan yang cukup strategis dalam perekonomian nasional, antara lain sebagai penyedia bahan pangan, pembuka lapangan kerja, pemasok bahan baku industri, dan sebagai sumber devisa negara, serta memberikan kontribusi secara langsung terhadap pertumbuhan ekonomi dan tingkat pendapatan usahatani (Agrina, 2009).

Salah satu sub-sektor usahatani yang saat ini berkembang adalah sub-sektor usahatani tanaman hortikultura. Salah satu jenis tanaman hortikultura yang mempunyai nilai ekonomis tinggi serta dikelola oleh masyarakat adalah tanaman jamur tiram (*Pleurotus ostreatus*) (JALAKU, 2011).

Jamur tiram merupakan salah satu jenis tanaman pangan yang mempunyai nilai ekonomis tinggi. Kandungan gizi jamur tiram adalah protein, karbohidrat, dan lemak. Jamur tiram juga memiliki khasiat obat untuk berbagai penyakit, seperti lever, diabetes, dan anemia (Cahyana, 1999).

Menurut JALAKU (2011), dalam tiga tahun terakhir, minat masyarakat untuk mengkonsumsi jamur terus meningkat seiring dengan popularitas dan memasyarakatnya jamur tiram sebagai bahan makanan yang lezat dan bergizi. Salah satunya dapat dilihat dari kreatifitas para pedagang, yang sebelumnya hanya menjual jamur segar, sekarang sudah merambah ke olahan, seperti memproduksi keripik jamur, jamur goreng, abon jamur dan lain sebagainya.

Kesadaran masyarakat untuk mengkonsumsi jamur berpengaruh positif terhadap permintaan pasokan yang meningkat mencapai 20%-25% per tahun (Agrina, 2009). Produksi jamur Indonesia pada tahun 2011 adalah 43.047.029 kg. Dengan jumlah penduduk sebesar 437.737.582 jiwa, maka konsumsi jamur Indonesia rata-rata adalah 0,197 kg per kapita per tahun (Sarina, 2012).

Data produksi jamur tiram di Indonesia pada tahun 2011 menunjukkan lima sentra utama jamur tiram di Indonesia, yaitu Provinsi Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Yogyakarta, dan Lampung. Provinsi Lampung merupakan sentra produksi jamur tiram terbesar di Pulau Sumatera, karena didukung oleh iklim dan ketersediaan faktor produksi. Produksi jamur tiram di Provinsi

Lampung pada tahun 2011 mencapai 18,11 % dari total produksi jamur tiram nasional, dengan tingkat pertumbuhan produksi sebesar 21,13 persen per tahun. Daerah penghasil jamur tiram terbesar di Provinsi Lampung adalah Kota Bandar Lampung dan Kota Metro (JALAKU, 2011)

Provinsi Lampung sebagai daerah penghasil jamur tiram yang cukup besar seharusnya mampu memberikan pendapatan yang sesuai bagi petani. Faktor utama yang mempengaruhi pendapatan petani adalah jumlah jamur tiram yang dihasilkan dan harganya pada saat panen. Perkembangan harga jamur tiram pada tahun 2007-2011 masih fluktuatif setiap tahunnya, baik di tingkat petani produsen maupun pengecer. Harga yang fluktuatif tersebut disebabkan oleh karakteristik jamur tiram yang tidak tahan lama, sehingga mendorong petani harus segera menjualnya, dan akibatnya posisi tawar petani menjadi rendah. Rendahnya posisi tawar petani menyebabkan harga yang diterima petani menjadi rendah (APJAL, 2011). Oleh karena itu, perlu adanya sebuah inovasi dalam strategi pemasaran. Saat ini, strategi pemasaran yang sedang mengalami perkembangan yang signifikan adalah pemasaran dengan cara jaringan (Kiyosaki, 2008).

Berdasarkan permasalahan rendahnya pendapatan petani jamur tiram dan rendahnya posisi tawar petani menyebabkan harga yang diterima petani menjadi rendah. Sifat jamur tiram yang mudah rusak juga akan mempengaruhi saluran pemasaran yang terbentuk. Oleh sebab itu, perlu dilakukan penelitian yang ditujukan untuk mengkaji tingkat pendapatan usahatani jamur tiram dan efisiensi sistem pemasaran jamur tiram dengan cara konvensional dan jaringan di Provinsi Lampung.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif digunakan untuk mengetahui margin, RPM, keuntungan dan biaya pemasaran jaringan, serta margin jaringan, sedangkan analisis kualitatif digunakan untuk mengetahui struktur pasar, perilaku pasar, dan keragaan pasar yang dilihat dari saluran pemasaran.

Penelitian dilaksanakan di Provinsi Lampung, khususnya Kota Bandar Lampung dan Kota Metro. Penentuan lokasi dilakukan secara *purposive*, dengan pertimbangan jumlah petani jamur tiram di daerah tersebut lebih banyak dibandingkan di

kabupaten lainnya. Penelitian dilakukan pada bulan Januari-Agustus 2013.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara sensus yaitu mengambil seluruh populasi yang ada sebagai responden. Responden pada penelitian ini berjumlah 55 responden yang terdiri dari 31 petani jamur tiram pemasaran dengan cara konvensional, 4 petani jamur tiram pemasaran dengan cara jaringan, 12 pedagang pemasaran konvensional (2 pedagang pengumpul, 5 pedagang besar, dan 5 pedagang pengecer) dan 8 responden distributor pemasaran dengan cara jaringan.

Data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan menggunakan daftar pertanyaan. Selain itu digunakan data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik, Dinas Pertanian dan Tanaman Pangan Provinsi Lampung, dan APJAL.

Analisis Pendapatan Usahatani Jamur Tiram

Pendapatan usahatani jamur tiram dikaji dengan dua indikator, yaitu pendapatan usahatani jamur tiram dan R/C rasio (Soekartawi 1995). Secara matematis analisis pendapatan usahatani jamur tiram dapat dihitung dengan rumus:

$$\pi = Y \cdot P_y - \sum_{i=1}^n X_i \cdot P_{x_i} - BTT, \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

π = Pendapatan (Rp)

Y = Produksi (Kg)

P_y = Harga produksi (Rp/Kg)

$\sum X_i$ = Jumlah faktor produksi ke-i (i = 1,,2,3,,n)

P_{x_i} = Harga faktor produksi ke-i (Rp)

BTT = Biaya tetap total (Rp)

Untuk melihat penerimaan usahatani per satuan biaya digunakan indikator *Revenue Cost Ratio* (R/C) (Soekartawi, 1995). Nilai nisbah penerimaan dan biaya (R/C) dapat diperoleh dari rumus:

$$R/C = \frac{PT}{BT} \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan:

R/C = Nisbah antara penerimaan dengan biaya

PT = Penerimaan total

BT = Biaya total yang dikeluarkan oleh petani

Analisis Pemasaran Konvensional

Analisis pemasaran konvensional mencakup S-C-P, yaitu struktur pasar merupakan gambaran

mengenai hubungan antara penjual dan pembeli, yang dilihat dari jumlah lembaga pemasaran dan kondisi keluar masuk pasar. Perilaku pasar menggambarkan tingkah laku kegiatan pembeli dan penjual dalam melakukan kegiatan pembelian, penjualan, penentuan harga, dan siasat pasar (seperti potongan harga dan perilaku curang). Keragaan pasar merupakan interaksi antara struktur pasar dan perilaku pasar. Analisis keragaan pasar dapat dilihat dari saluran pemasaran konvensional, margin pemasaran, dan RPM pemasaran konvensional.

Margin pemasaran adalah perbedaan harga pada tingkat usahatani dengan harga di tingkat eceran (Azzaino 1982). Secara matematis, margin pemasaran dapat dihitung dengan rumus :

$$m_{ji} = P_{si} - P_{bi} \text{ atau } m_{ji} = b_{ti} + \pi_i \dots\dots\dots (3)$$

dan total margin pemasaran adalah:

$$M_{ji} = \sum_{i=1}^n m_{ji} \text{ atau } M_{ji} = P_r - P_f \dots\dots\dots (4)$$

Rasio profit margin lembaga pemasaran merupakan perbandingan antara keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran dengan biaya yang dikeluarkan (Azzaino 1982). Penyebaran margin pemasaran dapat dilihat berdasarkan persentase keuntungan terhadap biaya pemasaran (*Ratio Profit Margin/RPM*) pada masing-masing lembaga pemasaran, yang dihitung dengan rumus:

$$RPM (\%) = \frac{\pi_i}{b_{ti}} \times 100\% \dots\dots\dots (5)$$

Keterangan:

- m_{ji} = Margin pemasaran tingkat ke-i
- M_{ji} = Total margin pada satu saluran pemasaran
- P_{si} = Harga jual lembaga pemasaran tingkat ke-i
- P_{bi} = Harga beli lembaga pemasaran tingkat ke-i
- b_{ti} = Biaya total lembaga pemasaran tingkat ke-i
- π_i = Keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i
- M = Margin total pemasaran
- P_r = Harga di tingkat konsumen
- P_f = Harga di tingkat petani/produsen

Analisis Pemasaran Jaringan

Analisis pemasaran jaringan dilihat berdasarkan S-C-P, yaitu struktur pasar jaringan yang dilihat dari jumlah lembaga distributor. Struktur pasar yang terbentuk adalah struktur pasar tidak bersaing sempurna yaitu pasar oligopsoni. Perilaku

pasar pemasaran jaringan menggambarkan kegiatan distributor dalam jaringan kelompoknya dalam melakukan kegiatan pembelian, penjualan, penentuan harga, dan siasat pasar seperti bonus dan diskon jaringan (Tracy, 2005).

Keragaan pasar dalam pemasaran jaringan dianalisis dengan: (a) saluran pemasaran jaringan, dan (b) analisis keuntungan, biaya, dan margin pemasaran jaringan, yang terdiri dari : (1) analisis keuntungan dan biaya pemasaran jamur tiram dianalisis dengan membentuk kelompok jaringan (*upline* dan *downline*), (2) Analisis margin pemasaran jamur tiram dianalisis tanpa membentuk kelompok jaringan (Tracy, 2005).

Pendapatan jaringan terdiri dari keuntungan produk, diskon atas pembelian produk dan bonus jaringan (Piltzer, 2008). Secara matematis, perhitungan keuntungan pemasaran jaringan dapat dihitung dengan rumus:

$$\pi_{di} = \pi_e + d + b \dots\dots\dots (9)$$

$$\pi_e = \pi_i \times PV \dots\dots\dots (10)$$

$$d = d_i \times PV \dots\dots\dots (11)$$

$$b = b_i \times PV \dots\dots\dots (12)$$

Keterangan:

- π_{di} = Keuntungan pada distributor
- π_e = Keuntungan produk
- d = Diskon jaringan
- b = Bonus jaringan
- π_i = Persentase keuntungan produksi
- d_i = Persentase diskon jaringan
- b_i = Persentase bonus jaringan
- PV = *Point value*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan Umum Responden (Petani, Pedagang, dan Distributor) Jamur Tiram di Provinsi Lampung

Berdasarkan sebaran keadaan umum responden jamur tiram di Provinsi Lampung yang disajikan pada Tabel 1, dapat dilihat bahwa responden jamur tiram di Provinsi Lampung sebagian besar berada pada posisi yang produktif dan kualitas yang cukup baik. Hal ini terlihat dari umur responden, tingkat pendidikan, pengalaman, pekerjaan sampingan dan jumlah tanggungan keluarga yang cukup ideal. Perlu diketahui bahwa data yang ada pada tabel merupakan jumlah responden terbanyak dalam setiap kelompoknya.

Tabel 1. Sebaran keadaan umum responden (petani, pedagang, dan distributor) jamur tiram berdasarkan modus

Responden	Umur		Tingkat Pendidikan		Pengalaman Usahatani		Pekerjaan Sampingan		Tanggungan Keluarga	
	Kelompok Umur (th)	%	Pendidikan Akhir	%	Pengalaman (th)	%	Jenis Pekerjaan	%	Jumlah (orang)	%
Petani	41-45	25,71	SMP	37,14	3-4	71,42	Buruh	31,42	3-4	80,00
Pedagang	41-45	26,66	SMA	26,66	3-4	73,33	Penyuluh	16,66	3-4	66,66
Distributor	25-30	75,00	SMA	87,50	1-2	75,00	Penyuluh	5,00	3-4	75,00

Budidaya Jamur Tiram

Proses budidaya jamur tiram melalui beberapa tahap yaitu: (a) penyampuran bahan baku, (b) pengemasan ke dalam plastik, (c) sterilisasi/pasteurisasi, (d) pendinginan, (e) inokulasi, (f) inkubasi, (g) pembentukan badan buah, (h) pembukaan media, dan (i) pembesaran badan buah. Luas lahan rata-rata usahatani jamur tiram adalah 201 m²-300 m². Secara rinci perhitungan pendapatan usahatani jamur tiram di daerah penelitian dapat dilihat pada Tabel 2.

Berdasarkan analisis pendapatan rata-rata usahatani jamur tiram di Provinsi Lampung, terlihat bahwa harga jamur tiram adalah harga rata-rata dari petani kepada pedagang pengumpul Rp12.000,00,

pedagang besar Rp13.000,00, dan distributor Rp15.000,00. Oleh karena itu, nisbah penerimaan terhadap biaya tunai dan biaya total pada usahatani jamur tiram adalah 1,95 dan 1,29 artinya setiap Rp1,00 biaya tunai dan biaya total yang dikeluarkan akan menghasilkan penerimaan sebesar Rp1,95 dan Rp1,29. Nisbah penerimaan terhadap biaya total yang lebih besar dari 1,00 menunjukkan bahwa usahatani jamur tiram di Provinsi Lampung secara ekonomi menguntungkan dan layak untuk diusahakan. Hal ini sesuai dengan penelitian Zulfahmi (2011), yang menyimpulkan bahwa usahatani jamur tiram menguntungkan dan secara analisis kelayakan finansial dapat dikembangkan, dengan nisbah penerimaan terhadap biaya tunai dan biaya total pada usahatani jamur tiram adalah 1,83 dan 1,26.

Tabel 2. Analisis pendapatan rata-rata usahatani jamur tiram (dalam 1 kali produksi selama 4 bulan)

No	Uraian	Satuan	Jumlah	Harga/satuan (Rp)	Nilai (Rp)
1.	Penerimaan :				
	Produksi	Kg	5.959,25	13.333,33	79.456.665,29
2.	Biaya Produksi :				
	a) Biaya Tunai :				
	– Serbuk kayu	Kg	15.585,71	250,00	3.896.428,57
	– Bekatul	Kg	4.957,14	1.000,00	4.957.142,86
	– Kapur pertanian	Kg	2.160,00	500,00	1.080.000,00
	– Bibit jamur	Kg	92,28	25.735,00	2.374.972,86
	– Plastik	Kg	194,37	22.000,00	4.276.171,43
	– Cincin bambu	Kg	61.691,43	40,00	2.467.657,14
	– Alkohol	Liter	18,26	30.000,00	547.714,29
	– Spritus	Liter	18,26	10.000,00	182.571,43
	– Koran	Kg	26,83	2.500,00	67.071,63
	– Kayu bakar	Kubik	60,80	70.000,00	4.256.000,00
	– Tenaga kerja	HOK	735,00	22.566,43	16.597.285,71
	– Total biaya tunai	Rp			40.703.015,92
	b) Biaya diperhitungkan:				
	– Penyusutan kumbung	Rp			16.542.857,00
	– Penyusutan alat	Rp			4.007.188,29
	– Total biaya diperhitungkan	Rp			20.550.045,29
	c) Total Biaya:	Rp			61.253.061,21
3.	Pendapatan:				
	a) Pendapatan atas biaya tunai	Rp			38.753.650,37
	b) Pendapatan atas biaya total	Rp			18.203.604,08
4.	R/C Ratio:				
	a) R/C Ratio atas biaya tunai		1,95		
	b) R/C Ratio atas biaya total		1,29		

Analisis Pemasaran Jamur Tiram Dengan Cara Konvensional

1. Struktur pasar (*market structure*)

Jumlah lembaga pemasaran yang terlibat adalah tiga lembaga perantara, yaitu pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer. Jumlah petani jamur tiram lebih banyak dari pada jumlah lembaga perantara sehingga struktur pasar yang terbentuk adalah oligopsoni. Diferensiasi produk, jamur tiram yang dijual oleh pedagang pengumpul, pedagang besar, dan pedagang pengecer berbentuk sama, yaitu jamur tiram putih segar yang belum diolah. Pedagang pengumpul dan pedagang besar bebas keluar masuk suatu daerah untuk membeli jamur tiram. Tidak ada pembagian wilayah yang jelas antara pedagang yang satu dengan yang lain. Persaingan yang terjadi antar pedagang biasanya dalam bentuk harga yang ditawarkan. Pedagang pengecer hanya bertindak sebagai penjual jamur tiram di pasar, menerima jamur langsung dari pedagang pengumpul dan pedagang besar.

2. Perilaku pasar (*market conduct*)

Praktik transaksi, petani pada umumnya mengaku tidak mendapatkan kesulitan dalam memasarkan hasil produksinya, karena pedagang pengumpul dan pedagang besar akan mendatangi petani langsung ke lahan kumbung. Pada saluran pemasaran jamur tiram, petani di daerah penelitian menjual hasil produksinya kepada pedagang pengumpul, kemudian jamur dijual kepada pedagang pengecer, konsumen rumah tangga, konsumen rumah makan, restoran dan catering yang ada di Provinsi Lampung khususnya daerah Kota Bandar Lampung dan Kota Metro.

Saluran pemasaran selanjutnya, petani produsen di daerah penelitian langsung menjual jamur tiramnya kepada pedagang besar. Petani jamur tiram tidak mengeluarkan biaya pemasaran karena pedagang besar langsung mendatangi petani di lahan kumbung dengan membawa mobil pengangkut dan timbangan untuk menimbang jamur tiram. Pedagang besar kemudian menjual jamur tiram kepada pedagang pengecer, konsumen rumah tangga, konsumen rumah makan, restoran dan catering yang ada di Provinsi Lampung.

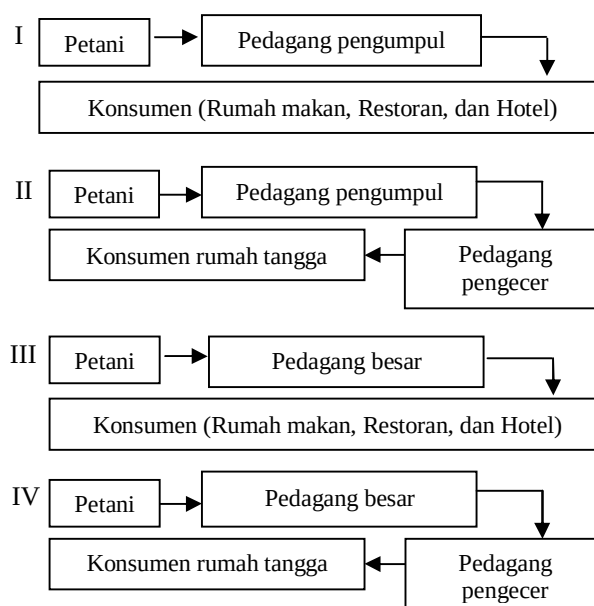
Pedagang pengecer mendapatkan jamur tiram dari pedagang pengumpul dan pedagang besar. Transaksi pemasaran dilakukan di lahan kumbung atau lokasi tempat tinggal petani, dan sistem pembayaran yang diterima petani adalah tunai.

Pembentukan harga terjadi di tingkat petani melalui proses tawar-menawar, dan penentuan harga ditentukan berdasarkan kualitas jamur tiram, seperti yaitu kadar air, kandungan lendir dalam buah jamur tiram, tingkat kecerahan, ukuran buah.

3. Keragaan pasar (*market performance*)

a. Saluran pemasaran

Saluran pemasaran merupakan serangkaian lembaga pemasaran yang menyelenggarakan kegiatan pemasaran. Pemasaran jamur tiram di Provinsi Lampung melalui empat saluran pemasaran yaitu:



Gambar 1. Saluran pemasaran konvensional

b. Analisis margin pemasaran

Berdasarkan analisis margin pemasaran jamur tiram dengan cara konvensional, saluran pemasaran di Provinsi Lampung yang disajikan pada Tabel 3, 4, 5, dan 6, dapat diketahui bahwa saluran pemasaran ketiga paling baik untuk diterapkan. Hal ini karena margin dan RPM saluran ketiga paling tinggi dibandingkan dengan margin dan RPM ketiga saluran pemasaran yang lain yaitu margin Rp4.000,00 dan RPM Rp756,00. Selain itu, rantai pemasaran yang terbentuk tidak panjang sehingga lebih efisien dan lebih menguntungkan untuk petani. Pernyataan ini didukung penelitian Meitasari (2011), yang menyimpulkan bahwa jumlah lembaga pemasaran jamur tiram mempengaruhi tingkat pendapatan petani. Semakin banyak jumlah lembaga pemasaran usahatani jamur tiram maka semakin besar biaya pemasaran yang dikeluarkan.

Tabel 3. Analisis margin pemasaran jamur tiram cara konvensional saluran kesatu di Provinsi Lampung

No	Uraian	Satuan	Nilai	Share (%)
1.	Harga jual petani	Rp/Kg	12.000,00	80,00
2.	Harga beli pedagang pengumpul	Rp/Kg	12.000,00	80,00
3.	Biaya bongkar muat			
	a) Kuli angkut	Rp/Kg	53,64	0,36
	b) Pengemasan	Rp/Kg	126,64	0,84
	c) Bensin	Rp/Kg	394,83	2,63
4.	Penyusutan jamur tiram	Rp/Kg	60,00	0,40
5.	Biaya pemasaran	Rp/Kg	635,12	4,23
6.	Profit margin	Rp/Kg	2.364,88	15,77
7.	Margin pemasaran	Rp/Kg	3.000,00	20,00
8.	Rasio profit margin	%	372,00	
9.	Harga jual pedagang pengumpul	Rp/Kg	15.000,00	100,00
10.	Harga beli konsumen	Rp/Kg	15.000,00	100,00

Tabel 4. Analisis margin pemasaran jamur tiram cara konvensional saluran kedua di Provinsi Lampung

No	Uraian	Satuan	Nilai	Share (%)
1.	Harga jual petani	Rp/Kg	12.000,00	80,00
2.	Harga beli pedagang pengumpul	Rp/Kg	12.000,00	80,00
3.	Biaya bongkar muat			
	a) Kuli angkut	Rp/Kg	53,64	0,36
	b) Pengemasan	Rp/Kg	126,64	0,84
4.	Biaya pemasaran	Rp/Kg	635,12	4,23
5.	Profit margin	Rp/Kg	2.364,88	15,77
6.	Margin pemasaran	Rp/Kg	3.000,00	20,00
7.	Rasio profit margin	%	372,00	
8.	Harga jual pedagang pengumpul	Rp/Kg	15.000,00	100,00
9.	Harga beli pedagang pengecer	Rp/Kg	15.000,00	93,75
10.	Biaya angkut	Rp/Kg	103,04	0,64
11.	Penyusutan jamur tiram	Rp/Kg	45,00	0,28
12.	Biaya pemasaran	Rp/Kg	148,04	0,92
13.	Profit margin	Rp/Kg	851,96	5,32
14.	Margin pemasaran	Rp/Kg	1.000,00	6,25
15.	Rasio profit margin	%	575,00	
16.	Harga jual pedagang pengecer	Rp/Kg	16.000,00	100,00
17.	Harga beli konsumen	Rp/Kg	16.000,00	100,00

Tabel 5. Analisis margin pemasaran jamur tiram cara konvensional saluran ketiga di Provinsi Lampung

No	Uraian	Satuan	Nilai	Share (%)
1.	Harga jual petani	Rp/Kg	13.000,00	76,47
2.	Harga beli pedagang besar	Rp/Kg	13.000,00	76,47
3.	Biaya bongkar muat			
	a) Kuli angkut	Rp/Kg	106,75	0,63
	b) Pengemasan	Rp/Kg	183,73	1,08
	c) Bensin	Rp/Kg	91,87	0,54
4.	Biaya pemasaran	Rp/Kg	443,75	2,61
5.	Profit margin	Rp/Kg	3.356,25	19,74
6.	Margin pemasaran	Rp/Kg	4.000,00	23,53
7.	Rasio Profit Margin	%	756,00	
8.	Harga jual pedagang besar	Rp/Kg	17.000,00	100,00
9.	Harga beli konsumen	Rp/Kg	17.000,00	100,00

Analisis Pemasaran Jamur Tiram Cara Jaringan

1. Struktur pasar jaringan

Struktur pasar yang terbentuk dalam pemasaran jaringan baik di tingkat produsen dan distributor adalah oligopoli. Strategi pemasaran melalui

buku-buku pegangan (modul mengenai strategi pemasaran jaringan) dan seminar-seminar. Pola pemasaran jaringan, terdiri dari (a) pola pemasaran yang dianalisis membentuk kelompok jaringan *upline* dan *dowline*, dan (b) pola pemasaran jamur tiram yang dianalisis tanpa membentuk *upline* dan *downline*.

Tabel 6. Analisis marjin pemasaran jamur tiram cara konvensional saluran keempat di Provinsi Lampung

No	Uraian	Satuan	Nilai	Share (%)
1.	Harga jual petani	Rp/Kg	13.000,00	80,00
2.	Harga beli pedagang besar	Rp/Kg	13.000,00	80,00
3.	Biaya bongkar muat			
a)	Kuli angkut	Rp/Kg	106,75	0,63
b)	Pengemasan	Rp/Kg	183,73	1,08
c)	Bensin	Rp/Kg	91,87	0,54
4.	Penyusutan jamur tiram	Rp/Kg	55,40	0,32
5.	Biaya pemasaran	Rp/Kg	443,75	2,61
6.	Profit marjin	Rp/Kg	3.356,25	19,74
7.	Marjin pemasaran	Rp/Kg	4.000,00	23,53
8.	Rasio profit marjin	%	756,00	
9.	Harga jual pedagang besar	Rp/Kg	17.000,00	100,00
10.	Harga beli pedagang pengecer	Rp/Kg	17.000,00	94,44
11.	Biaya angkut	Rp/Kg	99,07	0,55
12.	Penyusutan jamur tiram	Rp/Kg	55,00	0,30
13.	Biaya pemasaran	Rp/Kg	154,07	0,85
14.	Profit marjin	Rp/Kg	845,93	4,69
15.	Marjin pemasaran	Rp/Kg	1.000,00	5,55
16.	Rasio profit marjin	%	549,00	
17.	Harga jual pedagang pengecer	Rp/Kg	18.000,00	100,00
18.	Harga beli konsumen	Rp/Kg	18.000,00	100,00

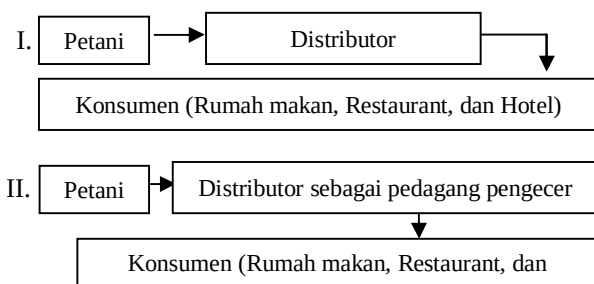
2. Perilaku pasar pemasaran jaringan

Praktik transaksi pemasaran jaringan dilakukan di lahan kumbung petani. Sistem pembayaran yang diterima petani adalah tunai. Harga sudah ditetapkan berdasarkan kesepakatan antara seluruh petani jamur tiram yang menerapkan sistem pemasaran jaringan.

3. Keragaan pasar pemasaran jaringan

a. Saluran pemasaran jaringan

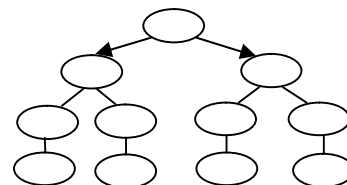
Saluran pemasaran jaringan merupakan serangkaian distributor yang ada dalam kelompok jaringan. Pemasaran jamur tiram di Provinsi Lampung melalui dua saluran pemasaran, yaitu:



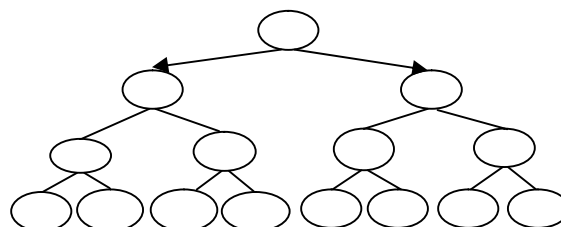
Gambar 2. Saluran pemasaran jaringan

Kelompok jaringan di daerah penelitian terlihat pada gambar 3, 4, 5, dan 6. Gambar ini merupakan struktur anggota yang ada dalam kelompok jaringan petani yang menerapkan pemasaran dengan cara jaringan. Gambar ini juga

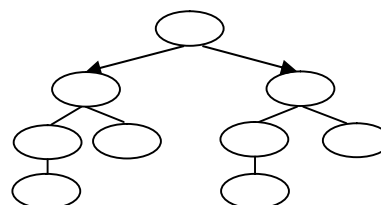
menentukan pendapatan yang akan diperoleh oleh distributor-distributor jaringan.



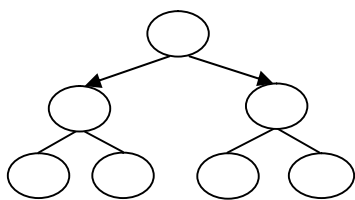
Gambar 3. Skema distributor petani BY



Gambar 4. Skema distributor petani DV



Gambar 5. Skema distributor petani YK



Gambar 6. Skema distributor petani PS

Analisis Keuntungan, Biaya dan Marjin Pemasaran Jaringan

1. Analisis keuntungan dan biaya pemasaran jamur tiram dengan membentuk kelompok jaringan *upline* dan *downline*

Berdasarkan analisis keuntungan dan biaya pemasaran jamur tiram jaringan dengan membentuk kelompok jaringan *upline* dan *downline* yang disajikan pada Tabel 7 (terlampir), dapat dilihat bahwa pendapatan yang diperoleh distributor bersumber dari bonus-bonus yang diberikan oleh produsen.

Bonus yang pertama, adalah keuntungan produk sebesar Rp2.000,00/kg. Kedua, adalah diskon jaringan sebesar Rp1.500,00/kg. Ketiga, adalah bonus jaringan sebesar Rp250.000,00 untuk dua *downline* yang direkrut oleh *upline* dalam kelompok. Karena setiap pembelian jamur tiram dalam pemasaran jaringan minimal 50 kg setiap *downline*, maka bonus jaringan yang diperoleh oleh distributor adalah Rp250.000,00 dibagi 2 orang *downline* dan dibagi jumlah jamur dua *downline* yaitu 100 kg menghasilkan Rp1.250,00/kg. Bagi distributor yang tidak mempunyai kaki jaringan, hanya mendapatkan keuntungan produk dan diskon jaringan. Hal ini sesuai dengan penelitian Gumilar (2011), yang menyatakan bahwa distributor mendapatkan keuntungan dari bonus yang diberikan oleh produsen sebagai pengganti dari marjin pemasaran, keuntungan tersebut berupa keuntungan *ecerean*, diskon jaringan dan bonus jaringan.

2. Analisis marjin pemasaran jamur tiram dianalisis tanpa membentuk kelompok jaringan

Berdasarkan analisis marjin pemasaran jamur tiram tanpa membentuk kelompok jaringan *upline* dan *downline* yang disajikan pada Tabel 8 (terlampir), diketahui bahwa distributor hanya berperan sebagai pedagang pengecer. Dilihat dari marjin atau pendapatan, strategi pemasaran jamur tiram yang lebih baik adalah pemasaran jamur

tiram cara jaringan yang membentuk kelompok jaringan *upline* dan *downline* karena selisih pendapatan yang diperoleh lebih besar dibandingkan pemasaran konvensional yaitu kisaran Rp4.750,00-Rp11.000,00. Pernyataan ini didukung penelitian Gumilar (2011), yang menyatakan bahwa distributor yang tidak membentuk kelompok jaringan *upline* dan *downline*, maka tidak menerima keuntungan produk, diskon jaringan, dan bonus jaringan, pendapatan yang diperoleh hanya bersumber dari penjualan jamur.

KESIMPULAN

Usahatani jamur tiram di Provinsi Lampung menguntungkan bagi petani jamur tiram dengan R/C *ratio* atas biaya tunai sebesar 1,88 dan R/C *ratio* atas biaya total sebesar 1,25. Efisiensi sistem pemasaran jamur tiram dengan cara konvensional dan jaringan di Provinsi Lampung, adalah: a) struktur pasar yang terbentuk dalam pemasaran konvensional adalah pasar oligopsoni, sedangkan pemasaran jaringan adalah oligopoli, b) perilaku pasar: sistem pembayaran dilakukan secara tunai, dan harga ditentukan oleh pihak produsen, c) keragaan pasar: saluran pemasaran yang terbentuk empat saluran pemasaran konvensional dan dua saluran pemasaran jaringan. Dari sisi pendapatan, pemasaran jamur tiram dengan cara jaringan yang membentuk kelompok jaringan *upline* dan *downline* lebih besar dibandingkan pemasaran konvensional maupun cara jaringan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agrina. 2009. *Budidaya Jamur Tiram*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- APJAL. 2011. *Profil Asosiasi Pengusaha Jamur Lampung*. APJAL. Bandar Lampung.
- Azzaino Z. 1982. *Pengantar Tataniaga Pertanian*. Diklat Kuliah IPB. Bogor.
- JALAKU. 2011. *Modul Budidaya Jamur Tiram*. JALAKU. Bandar Lampung.
- Cahyana YA, Muchrodji, dan M Bakrun. 1999. *Jamur Tiram*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Gumilar R. 2012. "Study Pemasaran Jaringan (*Multy Level Marketing*) Pada Kasus Perusahaan MNI di Bandar Lampung". *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Vol. IV. No. 5 November 2012*. Bandar Lampung. Fakultas Ekonomi Univeristas Lampung.
- Kiyosaki RT. 2008. *The Cashflow Quadrant*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kotler P. 1980. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Salemba Empat. Jakarta.

- Meitasari Y. 2011. "Studi Tataniaga Jamur Tiram Putih (*Pleurotus ostreatus*) di Kota Samarinda". *Jurnal Agribisnis Vol. VIII No.2*.<http://agribisnisfpumjurnal.files.com/2012/03/jurnal-vol-8-no-2-yenni.pdf>. Diakses 5 Mei 2013.
- Piltzer PZ. 2005. *Pemasaran Jaringan Trend Bisnis Masa Depan*. PT Unicore. Jakarta.
- Sarina. 2012. "Analisis Usahatani Jamur Tiram: Studi Kasus di Desa Watas Marga II Kecamatan Curup Selatan Kabupaten Rejang Lebong". *Jurnal Agribisnis Vol. IV No.*<http://umb.ac.id/faperta/?p=131>. Diakses tanggal 8 Agustus 2013.
- Soekartawi. 1995. *Analisis Usahatani*. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Tracy B. 2005. *MLM Sukses*. Delapratasa Publishing. Jakarta.
- Zufahmi M. 2011. "Analisis Biaya dan Pendapatan Usaha Jamur Tiram Putih Model Pusat Pelatihan Pertanian Perdesaan Swadaya (P4S) Nusa Indah". *Jurnal Agribisnis Vol. III No. 8*. <http://repository.uinjkt.ac.id/123456789/1672>. Diakses tanggal 12 Agustus 2013.

Tabel 7. Analisis keuntungan dan biaya pemasaran jamur tiram jaringan dengan membentuk kelompok jaringan *upline* dan *dowline* (dalam 1 bulan dengan volume 1.850 kg)

No	Uraian	Satuan	Nilai	Share (%)
1.	Harga jual petani	Rp/Kg	15.000,00	100,00
2.	Harga beli distributor level kesatu	Rp/Kg	15.000,00	100,00
3.	Biaya bongkar muat			
	a) Kuli angkut	Rp/Kg	306,75	2,04
	b) Pengemasan	Rp/Kg	283,73	1,89
	c) Bensin	Rp/Kg	191,87	1,27
4.	Penyusutan jamur	Rp/Kg	75,40	0,50
5.	Biaya pemasaran	Rp/Kg	857,75	5,71
6.	Keuntungan distributor			
	a) Keuntungan produk	Rp/Kg	2.000,00	13,33
	b) Diskon jaringan	Rp/Kg	1.500,00	10,00
	c) Bonus jaringan distributor level kesatu	Rp/Kg	4.687,50	31,25
8.	Profit distributor level kesatu	Rp/Kg	8.187,50	54,58
9.	Pendapatan distributor level kesatu	Rp/Kg	7.329,75	48,86
10.	Harga beli distributor level kedua	Rp/Kg	15.000,00	100,00
11.	Biaya bongkar muat			
	a) Kuli angkut	Rp/Kg	306,75	2,04
	b) Pengemasan	Rp/Kg	283,73	1,89
	c) Bensin	Rp/Kg	191,87	1,27
12.	Penyusutan jamur	Rp/Kg	75,40	0,50
13.	Biaya pemasaran	Rp/Kg	857,75	5,71
14.	Keuntungan distributor			
	a) Keuntungan produk	Rp/Kg	2.000,00	13,33
	b) Diskon jaringan	Rp/Kg	1.500,00	10,00
	c) Bonus jaringan distributor level kedua	Rp/Kg	1.750,00	11,66
15.	Profit distributor level kedua	Rp/Kg	5.250,00	35,00
16.	Pendapatan distributor level kedua	Rp/Kg	4.392,25	29,28
17.	Harga beli distributor level ketiga	Rp/Kg	15.000,00	100,00
18.	Biaya bongkar muat			
	a) Kuli angkut	Rp/Kg	306,75	2,04
	b) Pengemasan	Rp/Kg	283,73	1,89
	c) Bensin	Rp/Kg	191,87	1,27
19.	Penyusutan jamur	Rp/Kg	75,40	0,50
20.	Biaya pemasaran	Rp/Kg	857,75	5,71
	Keuntungan distributor			
	a) Keuntungan produk	Rp/Kg	2.000,00	13,33
	b) Diskon jaringan	Rp/Kg	1.500,00	10,00
	c) Bonus jaringan distributor level ketiga	Rp/Kg	0,00	0,00
21.	Profit distributor level ketiga	Rp/Kg	3.500,00	23,33
22.	Pendapatan distributor level ketiga	Rp/Kg	2.642,25	17,61
23.	Harga beli konsumen	Rp/Kg	15.000,00	100,00

Tabel 8. Analisis margin pemasaran jamur tiram tanpa membentuk kelompok jaringan *upline* dan *downline*

	Uraian	Satuan	Nilai	Share (%)
1.	Harga jual petani	Rp/Kg	15.000,00	76,47
2.	Harga beli pedagang pengecer	Rp/Kg	15.000,00	100,00
3.	Biaya bongkar muat			
	a) Kuli angkut	Rp/Kg	256,15	0,63
	b) Pengemasan	Rp/Kg	153,73	1,08
	c) Bensin	Rp/Kg	71,87	0,54
4.	Penyusutan jamur tiram	Rp/Kg	75,40	0,32
5.	Biaya pemasaran	Rp/Kg	557,15	2,61
6.	Profit margin	Rp/Kg	1.442,85	9,15
7.	Margin pemasaran	Rp/Kg	2.000,00	11,76
8.	Rasio profit margin	%	259,22	
9.	Harga jual pedagang pengecer	Rp/Kg	17.000,00	100,00
10.	Harga beli konsumen	Rp/Kg	17.000,00	100,00