

Manajemen Rantai Pasok Jamur Tiram di Kota Denpasar

Made Satria Wibawa, I Gusti Agung Ayu Ambarawati¹⁾, Ketut Suamba²⁾
Program Studi Magister Agribisnis, Program Pascasarjana, Universitas Udayana
E-mail: adeksatria_92@yahoo.com

¹⁾ Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Udayana, Bali, Indonesia

²⁾ Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Udayana, Bali, Indonesia

ABSTRACT

Oyster Mushrooms Supply Chain Management In Denpasar City

The demand for oyster mushroom in Denpasar today is quite high, but it cannot be fulfilled yet. Management of information, products, and financial flow in a supply chain is needed to meet the consumer demand of this product. This study aims to determine the mechanism and performance of oyster mushrooms supply chain in Denpasar. Respondents in this study were chosen purposively including baglog suppliers and farmers, meanwhile of respondents marketing agencies were selected using snowball sampling. Data obtained were analyzed using descriptive qualitative and marketing efficiency. Research results show that the oyster mushroom supply chain involving baglog suppliers, farmers, sub-district traders, retailers, processing traders and end consumers of processed has operated quite well. The flows including in the supply chain are product, financial, and information. Performance measurement results show that the most commonly marketing channel of fresh oyster occurs is involvement of farmers - retailer - consumer. This marketing channel is more efficient compared to other marketing channels. Based on the marketing margin analysis, it shows the marketing margin of Rp 5,857, farmer's share at 76 percent, and the ratio of profit to the marketing cost is 6.58.

Keywords: oyster mushrooms, management, supply chain

Pendahuluan

Latar Belakang

Jamur tiram merupakan salah satu jamur konsumsi yang cukup dikenal dan digemari oleh masyarakat karena dapat dikonsumsi dalam keadaan mentah dan segar, dalam bentuk masakan ataupun dalam bentuk olahan. Terdapat beberapa jenis jamur tiram yang dapat dikonsumsi, yaitu jamur tiram putih, jamur tiram merah jambu, jamur tiram abu-abu, jamur tiram coklat, jamur tiram hitam, dan jamur tiram kuning. Namun, jamur tiram yang sering dikonsumsi masyarakat dan dibudidayakan adalah jamur tiram putih karena memiliki tekstur daging yang lembut dan rasanya hampir menyerupai daging ayam serta memiliki kandungan gizi yang tinggi dan berbagai macam asam amino esensial, protein, lemak, mineral, dan vitamin (Martawijaya dan Nurjayadi 2010).

Dalam rangka menyaingi lahan pertanian yang kian menyempit akibat alih fungsi lahan di Kota Denpasar, Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Kota Denpasar memiliki strategi untuk mengatasi permasalahan ini. Selain tetap menjaga

produksi padi dan palawija tetap tinggi, kini tengah dikembangkan budidaya jamur tiram dan anggrek potong. Bahkan, budidaya jamur tiram yang telah dimulai awal tahun 2010 lalu, kini sudah banyak peminatnya. Sasarannya diarahkan untuk dapat merangsang minat generasi muda menggeluti bidang pertanian (Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Kota Denpasar, 2011).

Usaha budidaya jamur tiram yang dikembangkan masyarakat di Kota Denpasar memiliki prospek yang cerah kedepannya mengingat permintaan pasar yang tinggi namun penghasil jamur tiram di Kota Denpasar belum mampu untuk memenuhi semua permintaan pasar. Pasokan jamur tiram penting untuk diperhatikan karena menyangkut pemenuhan kebutuhan masyarakat terhadap jamur tiram. Manajemen rantai pasok merupakan pendekatan yang tepat untuk menjaga kualitas dan kuantitas jamur tiram sesuai dengan permintaan konsumen. Adanya pengelolaan distribusi, logistik, dan pengelolaan rantai pasok yang baik akan membantu mengurangi resiko kegagalan produk. Berdasarkan uraian diatas, maka menarik untuk dikaji mengenai manajemen rantai pasok jamur tiram yang ada di Kota Denpasar.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana mekanisme rantai pasok jamur tiram di Kota Denpasar?
2. Bagaimana kinerja rantai pasok jamur tiram di Kota Denpasar?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menjelaskan mekanisme rantai pasok jamur tiram di Kota Denpasar
2. Menjelaskan kinerja rantai pasok jamur tiram di Kota Denpasar

Kajian Pustaka

Rantai Pasok

Menurut Pujawan (2005), rantai pasokan merupakan jaringan perusahaan-perusahaan yang bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan pemakai. Perusahaan-perusahaan tersebut meliputi pemasok, pabrik, distributor, toko, ritel, dan perusahaan pendukung seperti jasa logistik. Rantai pasokan adalah langkah-langkah yang dilakukan perusahaan dalam transformasi bahan baku menjadi produk jadi yang kemudian dibeli oleh pelanggan. Lebih lanjut Siagian (2005) menyatakan bahwa rantai pasok berkaitan langsung dengan siklus bahan baku dari pemasok ke produksi, gudang, dan distribusi, kemudian sampai ke konsumen. Perusahaan meningkatkan kemampuan bersaing melalui penyesuaian produk, kualitas yang tinggi, pengurangan biaya, dan kecepatan meraih pasar dengan penekanan pada rantai pasok.

Manajemen Rantai Pasok

Manajemen rantai pasok adalah koordinasi dari bahan, informasi dan arus keuangan antara perusahaan yang berpartisipasi. Manajemen rantai pasok juga diartikan sebagai seluruh jenis kegiatan komoditas dasar hingga penjualan produk akhir ke konsumen. Manajemen rantai pasok merupakan strategi alternatif yang memberikan solusi dalam menghadapi ketidakpastian lingkungan untuk mencapai keunggulan kompetitif melalui pengurangan biaya operasi dan perbaikan pelayanan konsumen dan kepuasan konsumen. Manajemen rantai pasok merupakan proses penciptaan nilai tambah barang dan jasa yang berfokus pada efisiensi dan efektivitas dari persediaan, aliran kas, dan aliran informasi (Anatan dan Ellitan, 2008). Heizer dan Render (2004) mendefinisikan manajemen rantai pasok sebagai pengintegrasian aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan, pengubahan menjadi barang setengah jadi dan produk akhir, serta pengiriman ke pelanggan. Seluruh aktivitas ini mencakup kegiatan pembelian dan *outsourcing*, ditambah fungsi lain yang penting bagi hubungan pemasok dan distributor.

Efisiensi Pemasaran

Jumiati dkk. (2013) menyatakan bahwa istilah efisiensi pemasaran sering digunakan dalam menilai prestasi kerja (*performance*) proses pemasaran. Hal ini mencerminkan konsensus bahwa pelaksanaan proses pemasaran harus berlangsung secara efisien. Menurut Kohl dan Uhl (2002), efisiensi operasional berhubungan dengan penanganan aktivitas-aktivitas yang dapat meningkatkan rasio dari output-input pemasaran. Efisiensi operasional menunjukkan biaya minimum yang dapat dicapai dalam pelaksanaan fungsi dasar pemasaran yaitu pengumpulan, transportasi, penyimpanan, pengolahan, distribusi, dan aktivitas fisik dan fasilitas. Alat analisis yang sering digunakan dalam menganalisis tingkat efisiensi operasional adalah analisis marjin tataniaga, analisis *farmer's share*, dan analisis rasio keuntungan atas biaya.

Kerangka Berpikir

Jamur tiram merupakan salah satu jenis tanaman hortikultura yang mempunyai nilai ekonomis relatif tinggi apabila diusahakan secara intensif dan komersial. Saat ini usaha budidaya jamur tiram yang dikembangkan oleh petani di Kota Denpasar belum mampu memenuhi permintaan yang berasal dari konsumen yang ada di wilayah Kota Denpasar. Kontinuitas ketersediaan jamur tiram dapat dilakukan melalui integrasi pemangku kepentingan atau disebut sebagai manajemen rantai pasok. Konsep *Supply Chain Management* (SCM) atau Manajemen Rantai Pasok merupakan strategi alternatif yang memberikan solusi dalam menghadapi ketidakpastian lingkungan untuk mencapai keunggulan kompetitif melalui pengurangan biaya operasi dan perbaikan pelayanan konsumen.

Untuk mengetahui mekanisme rantai pasok jamur tiram di Kota Denpasar dianalisis dengan metode kualitatif yang terdiri dari aliran komoditas, aliran finansial, dan aliran informasi. Pengukuran kinerja rantai pasok jamur tiram di Kota Denpasar dilakukan dengan metode kuantitatif melalui pendekatan efisiensi pemasaran yang meliputi marjin pemasaran, *farmer's share*, dan rasio keuntungan atas biaya.

Metode Penelitian

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Denpasar. Pemilihan lokasi dilakukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan lokasi penelitian secara sengaja dengan pertimbangan Kota Denpasar merupakan salah satu daerah dengan populasi petani jamur tiram terbanyak di Provinsi Bali. Waktu pengumpulan data dilaksanakan mulai dari bulan Januari sampai dengan bulan Februari tahun 2015.

Responden dan Metode Pengumpulan Data

Responden dalam penelitian ini adalah pemangku kepentingan dalam rantai pasok jamur tiram di Kota Denpasar. Responden yang terpilih terdiri atas: pemasok baglog (4 responden), petani jamur tiram (22 responden) dan 14 responden lembaga pemasaran, yang terdiri dari 2 orang pedagang pengumpul kecamatan, 4 orang pedagang olahan jamur *crispy*, dan 8 orang pedagang pengecer jamur segar yang terlibat dalam proses pendistribusian jamur tiram dari petani hingga mencapai konsumen akhir. Penentuan responden pemasok baglog dan petani dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan memanfaatkan informasi awal yang didapat dari beberapa narasumber yang merupakan petani jamur tiram di Kota Denpasar. Penentuan lembaga pemasaran sebagai responden dilakukan dengan menggunakan teknik *snowball sampling*, yaitu dengan cara mengikuti alur pemasaran jamur tiram berdasarkan informasi yang diperoleh dari petani responden dan kemudian berlanjut menuju lembaga pemasaran yang dirujuk oleh petani responden. Kriteria yang dipertimbangkan dalam penentuan responden adalah pihak-pihak yang mengetahui dan terlibat dalam aliran komoditas, finansial, dan informasi yang terjadi dalam rantai pasok jamur tiram di Kota Denpasar.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data terdiri atas data kualitatif adalah data yang tidak berbentuk angka dan data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka. Sumber data terdiri atas data primer adalah data yang bersumber dari sumber pertama yaitu data yang diperoleh langsung dari responden. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber tidak langsung atau sumber kedua yang diperoleh dari laporan dan publikasi jurnal-jurnal ilmiah.

Metode Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menjabarkan aspek kualitatif dari SCM yang meliputi aliran komoditas, aliran finansial dan aliran informasi yang terjadi dalam rantai pasok jamur tiram di Kota Denpasar. Analisis kuantitatif digunakan untuk melakukan penilaian terhadap kinerja rantai pasok jamur tiram di Kota Denpasar. Penilaian kinerja rantai pasok dilakukan dengan menganalisis tingkat efisiensi pemasaran yang meliputi analisis margin pemasaran, *farmer's share*, dan analisis rasio keuntungan atas biaya.

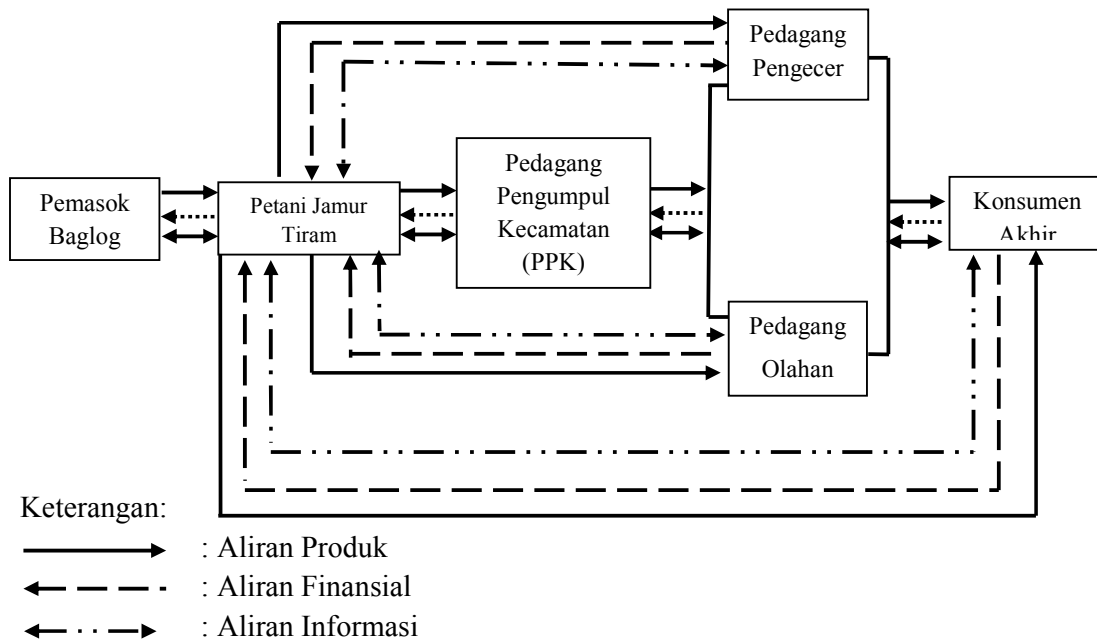
Hasil Penelitian dan Pembahasan

Mekanisme Rantai Pasok Jamur Tiram di Kota Denpasar

Mekanisme rantai pasok jamur tiram di Kota Denpasar yang dibahas terdiri atas rantai pasok, pemangku kepentingan dalam rantai pasok, dan pola aliran dalam rantai pasok.

Rantai Pasok

Rantai pasok jamur tiram di Kota Denpasar terbentuk dari adanya hubungan antar pemangku kepentingan yang terdiri atas lembaga atau pihak yang terlibat dalam aliran produk, aliran finansial, dan aliran informasi yang dimulai dari pemasok *baglog* selaku penyedia input hingga konsumen akhir. Pemangku kepentingan yang terlibat dalam pendistribusian jamur tiram di Kota Denpasar terdiri atas pemasok *baglog*, petani jamur tiram, pedagang pengumpul kecamatan yang juga merupakan petani jamur tiram, pedagang pengecer, dan konsumen akhir. Pola aliran dalam rantai pasok jamur tiram di Kota Denpasar dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1

Pola Aliran dalam Rantai Pasok Jamur Tiram di Kota Denpasar

Berdasarkan hasil penelitian diketahui terdapat lima pola saluran pemasaran jamur tiram di Kota Denpasar. Adapun pola saluran pemasaran jamur tiram yang terbentuk sebagai berikut.

- a. Pola saluran I : pemasok *baglog* – petani jamur – pedagang pengumpul kecamatan (PPK) – pedagang pengecer – konsumen akhir

- b. Pola saluran II : pemasok *baglog* – petani jamur – pedagang pengumpul kecamatan (PPK) – pedagang olahan
- c. Pola saluran III : pemasok *baglog* – petani jamur – pedagang pengecer – konsumen akhir
- d. Pola saluran IV : pemasok *baglog* – petani jamur – pedagang olahan
- e. Pola saluran V : pemasok *baglog* – petani jamur – konsumen akhir

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola saluran ketiga merupakan saluran pemasaran yang paling diminati dan banyak digunakan oleh petani jamur tiram di Kota Denpasar. Hal ini dibuktikan dengan 11 orang (50 persen) dari total 22 orang petani responden memilih menggunakan pola saluran ketiga untuk memasok jamur tiram. Saluran berikutnya yang banyak diminati oleh petani adalah saluran pemasaran keempat yang dipilih oleh 4 orang petani (18 persen), diikuti saluran pemasaran kedua sebanyak 3 orang petani (14 persen), dan saluran pemasaran pertama dipilih oleh 2 orang petani (9 persen). Selain itu, terdapat 2 orang petani jamur yang menggunakan pola saluran pemasaran kelima untuk mendistribusikan jamur tiram langsung menuju konsumen akhir.

Pemangku Kepentingan dalam Rantai Pasok

Rantai pasok jamur tiram di Kota Denpasar melibatkan beberapa pemangku kepentingan yang terlibat dalam aliran produk, aliran finansial dan aliran informasi dalam rantai pasok. Masing-masing pemangku kepentingan melaksanakan aktivitas atau fungsi pemasaran untuk menunjang kelancaran rantai pasok jamur tiram di Kota Denpasar. Adapun pemangku kepentingan yang terlibat dalam memasok jamur tiram di Kota Denpasar yaitu sebagai berikut.

a. Pemasok *baglog*

Pemasok merupakan sumber yang menyediakan bahan pertama, di mana rantai penyaluran barang akan dimulai. Sumber pertama yang disebut sebagai pemasok dalam penelitian ini adalah pemasok *baglog* sebagai penyedia bahan baku utama dalam budidaya jamur tiram. Penjualan *baglog* ditujukan kepada para petani jamur tiram di Kota Denpasar, *Baglog* merupakan media tumbuh utama bagi jamur tiram, sehingga kualitas *baglog* sangat menentukan keberhasilan usaha budidaya jamur tiram dari para petani responden.

b. Petani jamur tiram

Petani jamur tiram memegang peranan yang sangat penting dalam menentukan kualitas, kuantitas dan kontinuitas dari jamur tiram segar yang akan dipasarkan ke pedagang atau langsung ke konsumen akhir. Sebagian besar petani jamur di lokasi penelitian melakukan kegiatan budidaya jamur tiram berdekatan dengan tempat tinggal mereka, karena sebagian besar petani memanfaatkan lahan pekarangan rumah untuk menyalurkan semakin sempitnya lahan pertanian di Kota Denpasar.

Kegiatan penjualan yang dilakukan oleh petani jamur tiram di Kota Denpasar ada yang dilakukan di tempat petani (jamur dijemput oleh pembeli) dan ada yang dilakukan di tempat pembeli (jamur diantarkan oleh petani ke tempat pembeli), tergantung dari

kesepakatan antara petani dan pembeli. Seluruh petani responden telah memiliki pembeli tetap yang setiap harinya menampung hasil panen dari petani. Kegiatan penjualan ini dilakukan setiap hari setelah proses pemanenan dan pengemasan selesai.

Kegiatan penjualan yang dilakukan antara petani dan lembaga pemasaran ini masih memiliki kelemahan. Hal ini dibuktikan dengan belum adanya kesepakatan kontraktual secara tertulis. Dampak dari kesepakatan kontraktual tidak tertulis menyebabkan kesulitan dalam hal memprediksi jumlah jamur yang harus di pasok kepada lembaga pemasaran.

c. Pedagang pengumpul kecamatan (PPK)

Pedagang pengumpul kecamatan (PPK) yang dijumpai di lokasi penelitian merupakan pedagang pengumpul yang terkonsentrasi di Kecamatan Denpasar Utara, karena mereka merupakan warga dari kecamatan tersebut yang juga berprofesi sebagai petani jamur tiram. Pedagang pengumpul kecamatan (PPK) melakukan kegiatan pengumpulan hasil panen petani jamur tiram yang berdekatan dengan tempat tinggal mereka. Pada penelitian ini terdapat dua orang petani selaku PPK, di mana satu orang PPK memasok jamur tiram ke pedagang pengecer di pasar tradisional dan satu orang PPK memasok jamur tiram ke outlet jamur *crispy*. Volume rata-rata pembelian jamur tiram dari petani jamur lain yang dilakukan oleh PPK sebanyak 10 kg dalam satu kali transaksi.

d. Pedagang pengecer

Pedagang pengecer adalah pedagang yang berhubungan langsung dengan konsumen. Konsumen yang dimaksud adalah konsumen akhir yang tidak melakukan fungsi penjualan lagi, namun murni dilakukan untuk tujuan konsumsi. Pedagang pengecer yang memasarkan jamur tiram dalam kondisi segar biasanya dipasarkan di pasar tradisional atau warung-warung sayur yang ada disekitar lingkungan konsumen rumah tangga. Pedagang pengecer melakukan pembelian jamur tiram langsung dari petani jamur tiram yang ada di Kota Denpasar dengan volume rata-rata pembelian sebanyak 43 kg per hari. Pedagang pengecer di pasar-pasar tradisional dan warung-warung sayur membeli jamur tiram segar dari petani dengan harga rata-rata Rp 19.286 per kg dan menjual kembali kepada konsumen akhir dengan harga rata-rata Rp 25.143 per kg. Namun ada salah seorang pedagang pengecer yang membeli jamur tiram dari pedagang pengumpul kecamatan (PPK). Pedagang pengecer tersebut harus membayar jamur tiram segar seharga Rp 20.000 per kg dan menjual kembali seharga Rp. 28.000 per kg, dengan volume pembelian jamur tiram per harinya sebanyak 17,5 kg.

e. Pedagang olahan

Pedagang olahan juga merupakan lembaga pemasaran terakhir dalam proses pemasaran jamur tiram. Namun terdapat perbedaan antara pedagang pengecer dan pedagang olahan di mana jika pedagang pengecer memasarkan jamur tiram dalam kondisi segar, pedagang olahan memasarkan jamur tiram dalam bentuk produk olahan (jamur *crispy*). Pedagang olahan juga melakukan pembelian jamur tiram langsung dari petani jamur tiram di Kota Denpasar dengan volume rata-rata pembelian sebanyak 13 kg seharga Rp.18.000 per kg.

f. Konsumen akhir

Konsumen akhir yang dimaksud adalah masyarakat secara umum yang membeli atau mengkonsumsi jamur tiram untuk memenuhi kebutuhannya sendiri, keluarga atau rumah tangganya dan tidak untuk diperdagangkan kembali.

Pola Aliran dalam Rantai Pasok

Hasil penelitian yang ditunjukkan pada Gambar 1, terdapat tiga macam aliran yang menggambarkan rantai pasok jamur tiram di Kota Denpasar. Aliran Pertama adalah aliran produk (barang) yang mengalir dari hulu (*upstream*) ke hilir (*downstream*), kedua adalah aliran finansial (uang) yang mengalir dari hilir ke hulu, dan yang ketiga adalah aliran informasi yang dapat mengalir dari hulu ke hilir atau sebaliknya.

a. Aliran produk

Aliran produk pada rantai pasok jamur tiram di Kota Denpasar dimulai dari pemasok *baglog* selaku penyedia input (*baglog*) sebagai media tumbuh utama untuk jamur tiram, kemudian petani melakukan kegiatan budidaya atau perawatan terhadap *baglog* agar jamur dapat tumbuh pada media *baglog*. Jamur tiram di panen oleh petani setiap harinya pada pagi atau sore hari, jamur tiram selanjutnya didistribusikan oleh petani ke lembaga pemasaran yang terdiri dari pedagang pengumpul kecamatan (PPK), pedagang pengecer di pasar-pasar tradisional dan pedagang olahan atau outlet jamur *crispy*, bahkan ada juga yang memasarkan langsung ke konsumen. Total volume rata-rata jamur tiram segar yang dipasok oleh petani di Kota Denpasar setiap harinya sebanyak 80,5 kg.

b. Aliran finansial

Aliran finansial pada rantai pasok jamur tiram di Kota Denpasar mengalir dari konsumen, pedagang pengecer dan olahan, pedagang pengumpul kecamatan (PPK), maupun petani jamur tiram. Sistem pembayaran yang dilakukan oleh seluruh pihak yang terlibat dalam rantai pasok dengan cara membayar tunai. Hampir tidak ada pihak-pihak yang terlibat di dalam rantai pasok melakukan pembayaran setelah jamur tiram terjual.

c. Aliran informasi

Aliran informasi yang berjalan antar pemangku kepentingan jamur tiram adalah informasi terkait lokasi pembelian *baglog*, kualitas *baglog*, teknik budidaya, jumlah persediaan jamur tiram, dan harga pasar. Informasi terkait lokasi pembelian *baglog*, kualitas *baglog*, teknik budidaya dan ketersediaan jamur tiram mengalir diantara petani selaku produsen jamur tiram, sedangkan informasi terkait harga pasar mengalir dari pedagang pengecer di pasar-pasar tradisional dan pedagang olahan jamur ke petani selaku pedagang pengumpul kecamatan (PPK) dan ke petani jamur tiram.

Kinerja Rantai Pasok

Kinerja rantai pasok merupakan sebuah alat ukur dari suatu proses bisnis di dalam rantai pasok. Pengukuran kinerja bertujuan untuk melihat tingkat efisiensi dan efektifitas dari suatu rantai pasok yang sedang dijalankan, untuk pengukurannya sendiri

dapat menggunakan berbagai alat analisis, salah satunya dengan pendekatan efisiensi pemasaran yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas: (1) analisis margin pemasaran, (2) *farmer's share*, dan (3) analisis keuntungan atas biaya.

Margin Pemasaran

Indikator margin pemasaran dianalisis untuk mengetahui perbedaan pendapatan yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran dalam memasok jamur tiram segar hingga konsumen akhir. Perhitungan nilai margin pemasaran pada rantai pasok jamur tiram di Kota Denpasar terbagi menjadi dua bagian, yaitu ketika masih berupa komoditas jamur tiram segar dan ketika produk berupa jamur *crispy*. Besarnya margin dan keuntungan pemasaran pada setiap pola saluran pemasaran jamur tiram di Kota Denpasar dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1
Analisis Margin Pemasaran Jamur Tiram Segar Pada Setiap Saluran Pemasaran Jamur Tiram

Pelaku	Saluran				
	1	2	3	4	5
Petani					
Harga Jual	18.000	17.000	19.286	18.000	18.000
Petani Pengumpul					
Harga Beli (Rp/kg)	18.000	17.000			
Harga Jual (Rp/kg)	20.000	18.000			
Biaya Pemasaran (Rp/kg)	700	200			
Keuntungan (Rp/kg)	1.300	800			
Margin (Rp/kg)	2.000	1.000			
Pedagang Pengecer					
Harga Beli (Rp/kg)	20.000		19.286		
Harga Jual (Rp/kg)	28.000		25.413		
Biaya Pemasaran (Rp/kg)	286		772		
Keuntungan (Rp/kg)	7.714		5.085		
Margin (Rp/kg)	8.000		5.857		
Pedagang Olahan					
Harga Beli (Rp/kg)		18.000			
Konsumen Akhir					
Harga Jual (Rp/kg)					18.000
Total Biaya Pemasaran	986	200	772		
Keuntungan	9.014	800	5.085		
Margin Pemasaran	10.000	1.000	5.857		

Sumber: Data primer diolah (2015)

Berdasarkan data pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa nilai margin pemasaran terkecil untuk setiap kilogram jamur segar terdapat pada saluran pemasaran yang melibatkan petani jamur tiram – pedagang pengumpul kecamatan (PPK) – pedagang olahan (saluran 2). Nilai margin pemasaran pada saluran ini sebesar Rp 1.000, nilai

margin pemasaran ini merupakan selisih harga yang dibayarkan oleh pedagang olahan (jamur *crispy*) selaku konsumen jamur tiram segar yang digunakan sebagai bahan baku utama untuk memproduksi jamur *crispy* dengan harga yang diterima oleh para petani.

Nilai margin pemasaran terkecil selanjutnya untuk setiap kilogram jamur segar terdapat pada saluran pemasaran yang melibatkan petani jamur tiram – pedagang pengecer – konsumen akhir (saluran 3). Nilai margin pemasaran pada saluran ini sebesar Rp 5.857. Nilai margin pemasaran yang lebih besar pada saluran ketiga ini disebabkan karena pedagang pengecer mengeluarkan lebih banyak biaya untuk pengemasan, pedagang pengecer di pasar-pasar tradisional maupun warung sayur biasanya menjual jamur tiram segar dengan kemasan per kilogram, per ons, ataupun per gram. Volume jamur tiram yang didistribusikan melalui saluran pemasaran ketiga ini jumlahnya lebih besar jika dibandingkan dengan volume penjualan pada saluran pemasaran lainnya. Volume rata-rata jamur tiram yang didistribusikan pada saluran ini sebanyak 43 kg per hari.

Pemasaran komoditas jamur tiram segar yang diolah menjadi produk jamur *crispy* memiliki dua jenis pola pemasaran. Jenis saluran pertama adalah saluran pemasaran yang melibatkan petani jamur tiram - pedagang pengumpul kecamatan (PPK) - pedagang olahan (saluran 2). Saluran kedua adalah saluran yang hanya melibatkan petani jamur tiram dan pedagang olahan (saluran 4), di mana berdasarkan analisis data dengan menggunakan analisis margin pemasaran diperoleh hasil yang ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2
Analisis Margin Pemasaran Jamur Olahan Pada Setiap Saluran Pemasaran

Pelaku	Saluran	
	2	4
Petani		
Harga Jual (Rp/kg)		18.000
Pedagang Pengumpul Kecamatan		
Harga Jual (Rp/kg)	18.000	
Pedagang Olahan		
Harga Beli (Rp/kg)	18.000	18.000
Harga Jual (Rp/kg)	126.000	70.667
Biaya Pengolahan (Rp/kg)	26.900	18.378
Keuntungan (Rp/kg)	81.100	34.289
Margin (Rp/kg)	108.000	52.667
Total Biaya Pengolahan	44.900	36.378
Keuntungan	81.100	34.289
Margin Pemasaran	108.000	52.677

Sumber: Data primer diolah (2015)

Untuk menghasilkan produk jamur *crispy*, pedagang membutuhkan jamur tiram segar sebagai bahan baku utama dan juga membutuhkan bahan penolong lain seperti tepung terigu, tepung bumbu, dan minyak goreng. Oleh sebab itu, biaya yang harus ditanggung oleh pedagang olahan terdiri atas biaya untuk biaya pembelian bahan baku

utama yaitu jamur tiram segar, bahan penolong pengolahan jamur, serta biaya pengemasan.

Berdasarkan data pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai margin pemasaran untuk setiap kilogram jamur *crispy* yang diproduksi oleh pedagang olahan pada saluran pemasaran kedua, yaitu sebesar Rp 108.000 per kg. Nilai margin pemasaran yang lebih besar pada saluran pemasaran ini terjadi karena pedagang olahan pada saluran pemasaran ini harus menanggung biaya yang lebih besar untuk biaya kemasan, promosi, penyusutan alat, dan biaya tenaga kerja.

Farmer's Share

Farmer's share sering digunakan sebagai indikator dalam mengukur kinerja suatu sistem pemasaran, tetapi *farmer's share* yang tinggi tidak mutlak menunjukkan bahwa pemasaran berjalan dengan efisien. Hal ini berkaitan dengan besar kecilnya manfaat yang ditambahkan oleh lembaga pemasaran pada produk. *Farmer's share* yang diterima petani pada saluran pemasaran jamur tiram di Kota Denpasar disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3

Farmer's Share Pada Setiap Saluran Pemasaran Jamur Tiram di Kota Denpasar

Jenis Saluran	Harga di Tingkat	Harga di Tingkat	<i>Farmer's Share</i>
	Petani	Konsumen	
	(Rp/Kg)	(Rp/Kg)	(%)
Saluran I	18.000	28.000	64
Saluran II	17.000	126.000	13
Saluran III	19.286	25.413	76
Saluran IV	18.000	70.667	25
Saluran V	18.000	18.000	100

Sumber: Data primer diolah (2015)

Berdasarkan data pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa bagian terbesar yang diterima petani untuk setiap kilogram jamur segar yang dipasarkan terdapat pada saluran V yaitu sebesar 100 %. Saluran V merupakan saluran pemasaran terpendek diantara saluran lainnya. Hal ini terjadi karena pada saluran V tidak melibatkan lembaga pemasaran dalam pendistribusian jamur tiram segar. Meskipun tingkat *farmer's share* pada saluran V mencapai 100 % dan lebih tinggi dibandingkan saluran lain, volume penjualan jamur tiram segar pada saluran V ini jumlahnya sangat sedikit hanya berkisar antara 1 - 2 kg per hari.

Farmer's share yang rendah terdapat pada saluran pemasaran II dan IV, karena pada saluran ini pedagang melakukan kegiatan pengolahan jamur tiram segar menjadi jamur *crispy*. Hal ini menyebabkan harga jual produk hasil olahan (jamur *crispy*) menjadi meningkat dan terdapat selisih harga yang besar antara harga ditingkat petani dengan harga ditingkat konsumen akhir. Kondisi ini menimbulkan margin pemasaran akibat pembentukan biaya pemasaran dan tingkat keuntungan yang diharapkan oleh

pedagang pada saluran pemasaran II. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam hal ini adalah pedagang olahan memberikan tambahan manfaat (*added value*) pada jamur tiram segar.

Pada saluran III yang merupakan saluran yang paling banyak diminati atau digunakan oleh petani di Kota Denpasar untuk memasok jamur tiram segar ke konsumen akhir memiliki nilai *farmer's share* sebesar 76%. Pada saluran pemasaran ini petani langsung memasok jamur tiram segar ke pasar-pasar tradisional atau warung-warung sayur tanpa melalui lembaga pemasaran lain, sehingga proporsi keuntungan yang diterima oleh petani nilainya lebih besar.

Rasio Keuntungan Atas Biaya

Rasio keuntungan atas biaya merupakan perbandingan besaran biaya dan keuntungan yang didapatkan oleh masing-masing lembaga pemasaran. Pada Tabel 4 dapat dilihat analisis rasio keuntungan terhadap biaya pemasaran jamur tiram di Kota Denpasar.

Berdasarkan hasil penelitian yang disajikan pada Tabel 4, diketahui nilai rasio keuntungan terbesar atas biaya terdapat pada saluran pemasaran yang melibatkan petani jamur tiram – PPK – pedagang pengecer (saluran pertama). Total biaya yang dikeluarkan lembaga pemasaran untuk setiap kg jamur tiram segar sebesar Rp 986 dengan total keuntungan yang diperoleh sebesar Rp 9.014/kg, sehingga diperoleh nilai rasio keuntungan atas biaya sebesar 9,14 yang berarti setiap satu satuan rupiah biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh pedagang akan memperoleh keuntungan sebesar 9,14 satuan rupiah.

Nilai rasio keuntungan atas biaya pemasaran terendah terdapat pada saluran pemasaran kedua yaitu sebesar 4,00. Pada saluran pemasaran ini jamur tiram segar dipasok ke pedagang olahan sebagai bahan baku pembuatan jamur *crispy*. Pada saluran pemasaran ketiga memiliki nilai rasio keuntungan atas biaya sebesar 6,58. Saluran pemasaran ini merupakan saluran pemasaran yang paling banyak diminati atau digunakan oleh petani jamur tiram di Kota Denpasar. Terdapat perbedaan nilai rasio keuntungan atas biaya pada masing-masing saluran pemasaran jamur tiram di Kota Denpasar kondisi ini terjadi karena adanya perbedaan biaya pemasaran yang ditanggung serta nilai keuntungan yang diterima oleh masing-masing pemangku kepentingan. Nilai rasio keuntungan atas biaya pemasaran jamur tiram segar pada setiap lembaga pemasaran di Kota Denpasar disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4

Analisis Rasio Keuntungan Atas Biaya Pemasaran Jamur Tiram Segar Pada Setiap Lembaga Pemasaran

Pelaku	Saluran				
	1	2	3	4	5
Petani					
Harga Jual	18.000	17.000	19.286	18.000	18.000
Petani Pengumpul					

Harga Beli (Rp/kg)	18.000	17.000	
Harga Jual (Rp/kg)	20.000	18.000	
Biaya Pemasaran (Rp/kg)	700	200	
Keuntungan (Rp/kg)	1.300	800	
Marjin (Rp/kg)	2.000	1.000	
Pedagang Pengecer			
Harga Beli (Rp/kg)	20.000		19.286
Harga Jual (Rp/kg)	28.000		25.413
Biaya Pemasaran (Rp/kg)	286		772
Keuntungan (Rp/kg)	7.714		5.085
Marjin (Rp/kg)	8.000		5.857
Pedagang Olahan			
Harga Beli (Rp/kg)		18.000	18.000
Konsumen Akhir			
Harga Jual (Rp/kg)			18.000
Total Biaya Pemasaran	986	200	772
Total Keuntungan	9.014	800	5.085
B/C	9,14	4,00	6,58

Sumber: Data primer diolah (2015)

Kegiatan agroindustri dalam hal ini adalah pengolahan jamur tiram segar menjadi jamur *crispy* yang dilakukan oleh pedagang memiliki dua jenis pola pemasaran. Jenis saluran pertama adalah pedagang pengumpul kecamatan (PPK) selaku pemasok jamur tiram segar bagi pedagang olahan (saluran 2) dan saluran kedua adalah saluran yang hanya melibatkan petani jamur tiram selaku pemasok jamur tiram segar bagi pedagang olahan atau outlet jamur (saluran 4), di mana berdasarkan analisis data dengan menggunakan analisis rasio keuntungan atas biaya diperoleh hasil yang ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 5
Analisis Rasio Keuntungan Atas Biaya Pemasaran Jamur Olahan Pada Setiap Lembaga Pemasaran

Pelaku	Saluran	
	2	4
Petani		
Harga Jual (Rp/Kg)		18.000
Pedagang Pengumpul Kecamatan		
Harga Jual (Rp/kg)	18.000	
Pedagang Olahan		
Harga Beli (Rp/kg)	18.000	18.000
Harga Jual (Rp/kg)	126.000	70.667
Biaya Pengolahan (Rp/kg)	26.900	18.378
Keuntungan (Rp/kg)	81.100	34.289
Marjin (Rp/kg)	108.000	52.667
Total Biaya Pengolahan	44.900	36.378
Keuntungan	81.100	34.289
B/C	1,80	0,94

Sumber: Data primer diolah (2015)

Berdasarkan hasil penelitian yang disajikan pada Tabel 5 dapat diketahui bahwa pedagang olahan yang terlibat pada saluran pemasaran keempat (petani jamur – pedagang olahan – konsumen akhir) memperoleh rasio keuntungan yang lebih besar. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai rasio sebesar 1,80 yang berarti setiap satu satuan rupiah biaya pengolahan yang dikeluarkan oleh pedagang olahan akan memperoleh keuntungan sebesar 1,80 satuan rupiah.

Pada kegiatan pemasaran jamur tiram di Kota Denpasar pedagang olahan selaku konsumen jamur tiram segar sekaligus juga berperan sebagai produsen jamur *crispy* memperoleh nilai rasio keuntungan yang lebih kecil. Meskipun tidak banyak melibatkan lembaga pemasaran, nilai rasio keuntungan yang kecil disebabkan karena pedagang olahan harus mengeluarkan biaya yang cukup besar untuk melakukan kegiatan pengolahan jamur tiram segar menjadi jamur *crispy*. Priminingtyas dkk. (2011) menyatakan bahwa semakin banyak fungsi pemasaran yang dilakukan dan semakin tinggi biaya pemasaran maka rasio keuntungan atas biayanya semakin kecil.

Simpulan dan Saran

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada rantai pasok jamur tiram di Kota Denpasar dapat diambil simpulan sebagai berikut.

1. Mekanisme rantai pasok jamur tiram di Kota Denpasar yang melibatkan pemasok *baglog*, petani jamur tiram, pedagang pengumpul kecamatan (PPK), pedagang pengecer yang menjual jamur tiram segar, pedagang olahan jamur *crispy*, dan konsumen akhir sudah berjalan cukup baik. Aliran yang berjalan dalam kegiatan rantai pasok jamur tiram di Kota Denpasar meliputi aliran produk (barang), aliran finansial (sistem pembayaran tunai) dan aliran informasi terkait lokasi pembelian *baglog*, kualitas *baglog*, teknik budidaya, jumlah persediaan jamur tiram, dan informasi pasar.
2. Hasil pengukuran kinerja rantai pasok menunjukkan bahwa saluran pemasaran jamur tiram yang lebih efisien dibandingkan dengan jenis saluran pemasaran lainnya adalah saluran pemasaran yang melibatkan petani – pedagang pengecer – konsumen akhir. Berdasarkan kriteria efisiensi pemasaran diperoleh nilai margin pemasaran sebesar Rp 5.857, *farmer's share* 76 persen, dan nilai rasio keuntungan atas biaya 6,58. Saluran pemasaran ini merupakan saluran yang paling banyak digunakan oleh petani untuk mendistribusikan jamur tiram segar sampai ke konsumen akhir. Saluran ini digunakan oleh 50 persen dari total petani responden. Volume rata-rata penjualan jamur tiram melalui saluran pemasaran ini jumlahnya yang terbesar jika dibandingkan dengan saluran pemasaran lain.

Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan kepada para Pemangku kepentingan dan pihak yang terkait dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Para pemangku kepentingan yang terdiri atas pemasok baglog, petani jamur tiram, dan lembaga pemasaran jamur tiram di Kota Denpasar diharapkan melakukan kemitraan dan kesepakatan kontraktual secara tertulis dengan sesama pihak yang terlibat di dalam rantai pasok jamur tiram. Kesepakatan kontraktual ini terkait waktu pengiriman, kuantitas dan kualitas jamur tiram agar mekanisme rantai pasok jamur tiram dapat berjalan lebih optimal.
2. Petani jamur tiram diharapkan mampu mengembangkan usahanya, tidak hanya terbatas pada kegiatan budidaya tetapi dapat mengembangkan agroindustri atau usaha pengolahan jamur tiram segar menjadi produk olahan seperti jamur *crispy*, pepes jamur tiram, *nugget* jamur tiram, dan jenis produk olahan lainnya yang memiliki nilai tambah untuk meningkatkan pendapatan petani.
3. Bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lanjutan dengan menganalisis nilai tambah yang diperoleh oleh lembaga pemasaran dari kegiatan agroindustri yang dijalankan, yaitu pengolahan jamur tiram segar menjadi jamur *crispy*.

Ucapan Terima Kasih

Melalui media ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada pemasok *baglog*, petani jamur tiram dan lembaga pemasaran jamur tiram yang ada di Kota Denpasar serta semua pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Anatan, L. dan Ellitan. 2008. *Supply Chain Management*, Teori dan Aplikasi. Bandung: Alfabeta.
- Dinas Pertanian Tanaman Pangan dan Hortikultura Kota Denpasar. 2011. *Siasati Lahan Sempit dengan Budidaya Jamur Tiram dan Anggrek Potong*. (online) <http://pertanian.denpasarkota.go.id/>. diunduh 18 Agustus 2014.
- Kohls L. R. dan J. N. Uhls. 2002. *Marketing of Agricultural Products*. New Jersey: A Prentice Hall Upper Saddle River.
- Heizer, J. dan B. Render. 2004. *Operations Management*. New Jersey: Person Education, Inc.
- Jumiati, E., Darwanto, H.D., Hartono, S., dan Masyhuri. 2013. “ Analisis Saluran Pemasaran dan Marjin Pemasaran Kelapa Dalam di Daerah Perbatasan Kalimantan Timur”. *Jurnal AGRIFOR* Volume XII No. 1 : Halaman 1-10.
- Martawijaya, E. I. Nurjayadi, M. Y. 2010. *Bisnis Jamur Tiram di Rumah Sendiri*. IPB Press: Bogor.

Priminingtyas, N. D., Syafrizal, dan Herdinasti. 2011. “ Analisis Efisiensi Pemasaran Kapuk Randu (*Ceiba pentandra*) (Studi Kasus Kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan)”. *Jurnal AGRISE* Volume XI No. 1 : Halaman 30-43.

Pujawan, I.N. 2005. *Supply Chain Management*. Surabaya: Guna Widya.

Siagian, Y. M. 2005. *Aplikasi Supply Chain Management dalam Dunia Usaha*. Jakarta: Grasindo.