

Analisis Pemasaran Dan Kelayakan Bisnis Jamur Tiram Di Kabupaten Bogor

by Doni Sahat Tua Manalu

Submission date: 30-May-2024 01:02PM (UTC+0700)

Submission ID: 2391451603

File name: ARTIKEL_DONI_Hal_15-31.docx (116.7K)

Word count: 3442

Character count: 20328

Analisis Pemasaran Dan Kelayakan Bisnis Jamur Tiram Di Kabupaten Bogor

(Marketing Analysis And Feasibility Study Of The Oyster Mushroom Business In Bogor Regency)

Doni Sahat Tua Manalu¹, Vela Rostwentivaivi², Dinda Dauty³, Muhammad Rifa Zainur Ridha⁴,
Dian Fajria Syahwidyanti⁵, Andi Dhiya Khalidah Zaenal⁶, Zheika Zamelia⁷
^{1,2,3,4,5,6,7}Manajemen Agribisnis, Sekolah Vokasi, Institut Pertanian Bogor

Alamat : Kampus IPB, Jl. Raya Dramaga, Babakan, Kec. Dramaga, Kabupaten Bogor, Jawa Barat
16680

Korespondensi Penulis : donisahat@apps.ipb.ac.id

ABSTRACT

Horticulture can be interpreted as one of the agricultural subsectors that bridges the gap between production and consumption in Indonesian society. Horticultural commodities consist of vegetables, fruit, ornamental plants and medicinal plants. One of the horticultural commodities is mushrooms. Mushroom commodities have quite high consumption value in Indonesia. The demand for mushrooms continues to increase, but the availability of inputs is still inadequate and farmers still rely on marketing institutions, which is still an obstacle for mushroom entrepreneurs to meet consumer demand. Based on these problems, it is necessary to add mushroom cages so that the level of mushroom productivity continues to increase and an efficient marketing channel is needed so that all actors involved in the marketing channel can benefit each other. Research uses qualitative and quantitative methods. The data sources used are primary and secondary data. The analysis results from the business feasibility study can be run properly and inefficient marketing channels are found in channel 3.

Keywords: Business Feasibility Studies, Marketing Channel, Oyster Mushroom

ABSTRAK

Hortikultura dapat diartikan sebagai salah satu subsektor pertanian yang menjembatani kesenjangan antara produksi dan konsumsi masyarakat Indonesia. Komoditas hortikultura terdiri dari sayuran, buah-buahan, tanaman hias, dan tanaman obat. Salah satu komoditas hortikultura adalah jamur. Komoditas jamur memiliki nilai konsumsi yang cukup tinggi di Indonesia. Permintaan jamur yang terus meningkat namun ketersediaan input yang masih kurang memadai dan petani yang masih mengandalkan lembaga pemasaran masih menjadi sebuah kendala bagi pengusaha jamur untuk memenuhi permintaan konsumennya. Berdasarkan permasalahan tersebut dibutuhkan penambahan kumbung jamur agar tingkat produktivitas jamur terus meningkat dan dibutuhkan saluran pemasaran yang efisien agar segala aktor yang terlibat dalam saluran pemasaran dapat saling menguntungkan. Penelitian menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Hasil analisis pada studi kelayakan bisnis dapat dijalankan dengan layak dan saluran pemasaran yang tidak efisien terdapat pada saluran 3.

Kata Kunci: Kelayakan bisnis, saluran pemasaran, jamur tiram

PENDAHULUAN

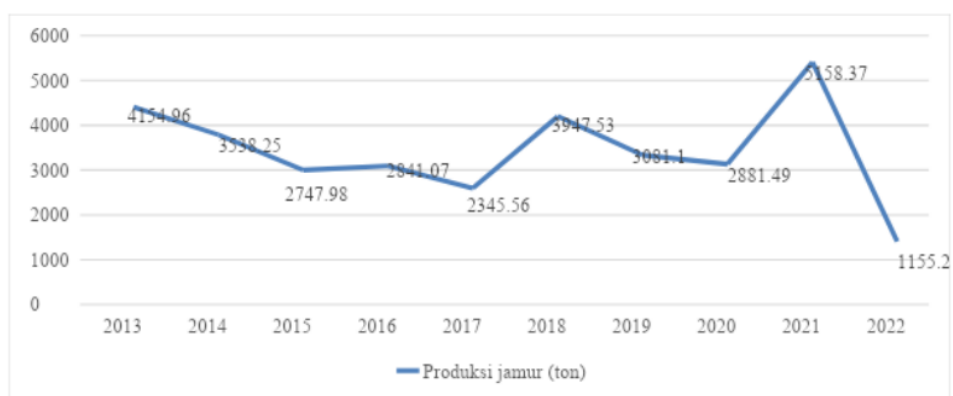
Indonesia disebut sebagai negara agraris yang kaya terhadap hasil pertanian. Salah satu sub sektor pertanian yang dapat memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia adalah hortikultura. Hortikultura merupakan salah satu subsektor pertanian yang menjembatani kesenjangan antara produksi dan konsumsi masyarakat Indonesia. Komoditas hortikultura terdiri dari sayuran, buah-buahan, tanaman hias, dan tanaman obat. Salah satu

Received April 01, 2023; Accepted Mei 30, 2024; Published Juni 30, 2024

* Doni Sahat Tua Manalu, donisahat@apps.ipb.ac.id

komoditas hortikultura adalah jamur. Komoditas jamur memiliki nilai konsumsi yang cukup tinggi di Indonesia. Salah satu jenis jamur yang sering dikonsumsi adalah jamur tiram putih. Jamur tiram putih adalah salah satu produk sayuran yang memiliki kandungan gizi cukup tinggi yang bermanfaat bagi kesehatan. Kandungan gizi yang cukup tinggi pada jamur tiram putih sangat berperan penting dalam perbaikan gizi masyarakat dan jamur tiram putih termasuk kedalam jenis jamur yang unggul terhadap gizinya dibandingkan dengan jenis jamur lainnya. Jamur tiram putih dapat dibudidayakan dan dikembangkan secara mudah karena bahan serta alat yang dibutuhkan relatif mudah dan murah (Rasyid, 2012)

Grafik 1. Produksi jamur di Kabupaten Bogor tahun 2013 - 2022



Sumber : Open Data Jabar 2024

Produsen jamur terbesar salah satunya ada di Jawa Barat yaitu Kabupaten Bogor. Total produksi jamur di Kabupaten Bogor sebesar 31.851,57 ton dari tahun 2013 hingga 2022 (Open Data Jabar, 2024). Total produksi tersebut diperoleh dari tingkat produksi yang berbeda-beda dari tahun 2013 sampai 2022. Tingkat fluktuatif pada produksi jamur di Kabupaten Bogor disebabkan oleh berbagai macam faktor seperti bibit, ketersediaan bahan baku, cuaca, serta tenaga kerja. Tingkat produksi jamur juga dipengaruhi oleh permintaan konsumen. Selain itu, masih terdapat keraguan dalam ketersediaan input yaitu potensi dalam menghasilkan keuntungan yang memadai. Permintaan jamur yang terus meningkat namun ketersediaan input yang masih kurang memadai masih menjadi sebuah kendala bagi pengusaha jamur untuk memenuhi permintaan konsumennya. Berdasarkan permasalahan tersebut dibutuhkan

penambahan kumbung jamur agar tingkat produktivitas jamur terus meningkat dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang dimana perlu dilakukan studi lebih lanjut terhadap studi kelayakan bisnis jamur tiram putih di Kabupaten Bogor dengan harapan usaha yang dijalankan layak dan tingkat produksi jamur terus meningkat. Selain itu, saluran pemasaran yang belum efisien menjadi salah satu kendala bagi petani jamur tiram di Kabupaten Bogor. Kendala lain yang dihadapi oleh petani dalam pemasaran jamur tiram yaitu petani masih kesulitan dalam mendapatkan pasar baru dan bergantung kepada lembaga-lembaga pemasaran, maka dari itu dibutuhkan saluran pemasaran yang efisien agar segala aktor yang terlibat dalam saluran pemasaran dapat saling menguntungkan

METODE

Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari 2024 di Kabupaten Bogor. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Data yang digunakan antara lain data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara serta observasi di lapangan dan data sekunder dikumpulkan melalui berbagai jurnal dan artikel untuk memberikan informasi dalam studi kelayakan usahatani jamur tiram di Kabupaten Bogor. Penentuan responden ditentukan secara *puposive* dan rantai pemasaran menggunakan metode *snowball sampling*. Data diolah dengan *excel*.

1.1 Indikator Kelayakan Bisnis

1. *Net Present Value* (NPV)

$$NPV = \left[\frac{\text{Arus kas}}{(1+i)^t} \right] - \text{Investasi awal}$$

Keterangan :

- i = tingkat diskonto
- t = waktu arus kas

2. *Net Benefit Cost Ratio* (Net b/c)

$$\sum^n$$

ANALISIS PEMASARAN DAN KELAYAKAN BISNIS JAMUR TIRAM DI KABUPATEN BOGOR

$NB_i(+)$

$$Net\ B/C = \frac{\sum_{i=1}^n NB_i(+)}{\sum_{i=1}^n NB_i(-)}$$

Jika:

- Net B/C > 1 artinya proyek (usaha) layak dikerjakan
- Net B/C < 1 artinya proyek tidak layak dikerjakan
- Net B/C = 1 artinya BEP atau TR=TC

3. Gross Benefit Cost Ratio (Gross b/c)

$$Gross\ B/C = \frac{\sum_{i=1}^n B(1+r)^{-n}}{\sum_{i=1}^n C_i(1+r)^{-n}}$$

Jika:

- Gross B/C > 1 artinya usaha layak dijalankan
- Gross B/C < 1 artinya usaha tidak layak dijalankan
- Gross B/C = 1 artinya usaha dalam keadaan BEP.

4. Internal Rate of Return (IRR)

Keterangan :

$$IRR = i_1 + \frac{NPV_1}{NPV_2 - NPV_1} (i_2 - i_1)$$

- 13
- i_1 = Tingkat diskonto NPV +
 - i_2 = Tingkat diskonto NPV -
 - NPV1 = Net Present Value Positif
 - NPV2 = Net Present Value Negatif

1. **Payback Period (PP)**

Payback period = Nilai investasi awal / Arus kas x 1 tahun **Indikator Saluran Pemasaran**

5. **Marjin pemasaran**

Keterangan :

$$M_p = P_r - P_f \text{ atau } M_p = B_p + K_p$$

M_p : Margin pemasaran

P_r : Harga ditingkat konsumen akhir (Rp/kg) P_f : Harga ditingkat petani (Rp/kg)

B_p : Biaya pemasaran (Rp/kg)

K_p : Keuntungan Pemasaran (Rp/kg)

6. **Farmer's share**

Keterangan :

F_s = *Farmer's share*

P_f = Harga di tingkat petani (Rp/kg)

P_r = Harga ditingkat konsumen (Rp/kg)

$$FS = \frac{P_f}{P_r} \times 100\%$$

pr

7. Kriteria Efisiensi Pemasaran

Terdapat kriteria untuk mengetahui tingkat efisiensi dari margin pemasaran di setiap saluran pemasaran, yaitu :

MP = Margin Pemasaran
FS = Farmer's Share

- Jika $MP > FS$ artinya tidak efisien
- Jika $MP < FS$ artinya efisien

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Kelayakan Bisnis

Cashflow atau yang biasa disebut dengan aliran kas merupakan sebuah aktivitas pada kondisi kas yang dipengaruhi oleh aktivitas keuangan. *Cashflow* dipengaruhi oleh kesiapan bisnis itu sendiri, jenis bisnis, dan kegiatan yang ada didalam bisnis tersebut. Hal ini menyebabkan penyusunan aliran kas pada setiap perusahaan berbeda dengan perusahaan lainnya. Indikator dalam studi kelayakan bisnis jamur tiram yang dilakukan dalam penelitian ini adalah biaya investasi, biaya variabel, dan biaya tetap.

Tabel 1. Biaya Tetap

Peralatan	Jumlah	Satuan	Umur Ekonomis (tahun)	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)	sutan/Tahun (Rp)
Kumbung	8	Unit	5	125.000.000	1.000.000.000	200.000.000
Timbangan	4	Unit	5	250.000	1.000.000	200.000
Mesin Steam	4	Unit	5	4.000.000	16.000.000	3.200.000
Pisau	5	Unit	5	20.000	100.000	20.000
Keranjang Panen	8	Unit	5	30.000	240.000	48.000
Hand Sprayer	4	Unit	5	25.000	100.000	20.000
Motor	3	Unit	5	10.000.000	30.000.000	3.600.000

Truck	1	Unit	5	400.000.000	400.000.000	80.000.000
Total Biaya					1.456.540.000	287.088.000

Biaya investasi pada tabel 1 terdapat biaya yang dikeluarkan pada awal dimana usaha akan dimulai dan akan mendapatkan manfaat yang diperoleh pada beberapa tahun kemudian. Peralatan yang terdapat pada biaya investasi merupakan peralatan yang sederhana dan kumbung memiliki ukuran luas bangunan sebesar 100 m². Total biaya investasi yang diperoleh sebesar Rp 1.456.540.000.

Tabel 2. Biaya Variabel

Komponen	Jumlah	Satuan	Harga Satuan (Rp)	Total (Rp)
Baglog	20.000	Unit	4.000	80.000.000
Plastik	1	Unit	2.000.000	2.000.000
Vitamin	1	Unit	300000	300000
Total Biaya Variabel				82.300.000

Biaya variabel pada tabel 2 yang terdiri dari beberapa komponen diantaranya baglog, plastik, dan vitamin. Dalam 1 (satu) hari perusahaan mampu memproduksi jamur tiram sebanyak 120 kilogram jamur tiram per kumbungnya. pada perusahaan ini terdapat 8 kumbung yang mampu menampung 20.000 baglog disetiap kumbungnya. Vitamin yang dibutuhkan pada budidaya jamur triam berguna sebagai *booster* terhadap pertumbuhan jamur tiram

Tabel 3. Biaya Tetap

Komponen	Unit	Satuan	ga Satuan (Rp)	Total (Rp)
Sewa lahan	1	Tahun	1.000.000.000	1.000.000.000

Listrik dan air	1	Tahun	6.000.000	6.000.000
Tenaga Kerja Laki-Laki	355	HOK	50.000	800.000
Tenaga Kerja Perempuan	355	HOK	25.000	160.000
Biaya Transportasi	1	Tahun	6.000.000	6.000.000
Biaya Komunikasi	1	Tahun	1.000.000	1.000.000
Penyusutan alat investasi			207.088.000	207.088.000
Jumlah				1.221.048.000

Tabel 3 merupakan biaya tetap yang dikeluarkan oleh perusahaan. Biaya tetap yang dikeluarkan berupa sewa lahan, listrik dan air, tenaga kerja laki-laki, tenaga kerja perempuan, transportasi, dan biaya komunikasi. Tenaga kerja laki-laki berjumlah 16 orang dan tenaga kerja perempuan berjumlah 8 orang. Biaya tenaga kerja yang diberikan berbeda antara laki-laki dan perempuan. Untuk satu orang tenaga kerja laki-laki diberikan upah sebesar Rp 50.000/hari sedangkan tenaga kerja perempuan diberikan upah sebesar Rp 25.000/hari.

Tabel 4. *Cashflow*

Tahun

Uraian	1	2	3	4	5
INFLOW					
Penerimaan	2.496.000.000	2.496.000.000	2.496.000.000	2.496.000.000	2.496.000.000
Nilai Sisa					12.000.000
Total Inflow	2.496.000.000	2.496.000.000	2.496.000.000	2.496.000.000	2.508.000.000
OUTFLOW					

Biaya Investasi					
Kumbang	1.000.000.000				
Timbangan	1.000.000				
Mesin Steam	25.000.000				
Pisau	100.000				
Keranjang Panen	340.000				
Hand Sprayer	100.000				
Motor	30.000.000				
Truck	400.000.000				
Total Biaya Investasi	1.456.540.000				
Biaya Tetap					
Sewa lahan	1.000.000.000	1.000.000.000	1.000.000.000	1.000.000.000	1.000.000.000
Listrik dan air	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Tenaga Kerja Laki-Laki	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000
Tenaga Kerja Perempuan	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000
Biaya Transportasi	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Biaya Komunikasi	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Total Biaya Tetap	1.013.960.000	1.013.960.000	1.013.960.000	1.013.960.000	1.013.960.000
Biaya Variabel					
Baglog	80.000.000	80.000.000	80.000.000	80.000.000	80.000.000
Plastik	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Vitamin	340.000	340.000	340.000	340.000	340.000
Total Biaya Variabel	82.340.000	82.340.000	82.340.000	82.340.000	82.340.000

Total Outflow	2.552.840.000	1.096.300.000	1.096.300.000	1.096.300.000	1.096.300.000
NET BENEFIT	(56.840.000)	1.399.700.000	1.399.700.000	1.399.700.000	1.411.700.000
DISCOUNT FACTOR (14%)	0,88	0,77	0,67	0,59	0,52
PV/TAHUN	(49.859.649,12)	1.077.023.699,60	944.757.631,23	828.734.764,24	733.192.743,48
PV BENEFIT/TAHUN	2.189.473.684,21	1.920.590.951,06	1.684.728.904,44	1.477.832.372,32	1.302.576.610,21
PV COST/TAHUN	2.239.333.333,33	843.567.251,46	739.971.273,21	649.097.608,08	569.383.866,74
JUMLAH PV BENEFIT	8.575.202.522,24				
JUMLAH PV COST	5.041.353.332,83				
NPV	3.533.849.189,42				
IRR	2463%				
PV POSITIF	3.583.708.838,54				
PV NEGATIF	(49.859.649,12)				
NET B/C	71,9				
GROSS B/C	1,7				
PAYBACK PERIOD	1				

Dari cashflow yang telah disusun didapatkan indikator studi kelayakan bisnis sebagai berikut :

- NPV atau *Net Present Value* adalah sebuah alat ukur atau metode untuk menentukan selisih

antarkanilai sekarang dari *proceed* dengan nilai sekarang dari investasi.

NPV > 0 → usaha layak dijalankan

NPV < 0 → usaha tidak layak dijalankan NPV = 0 → usaha berada dalam keadaan BEP

Hasil NPV sebesar Rp Rp 3.533.849.189,42 > 0 (bernilai positif) = layak

• Net B/C

Net B/C merupakan sebuah perbandingan antara jumlah NPV positif dengan jumlah NPV negatif. NetB/C merupakan alat ukur terhadap manfaat atau *benefit* yang berasal dari biaya (*cost*) yang dikeluarkan.

- Jika Net B/C > 1, maka usaha layak dijalankan.

- Jika Net B/C < 1, maka usaha tidak layak dijalankan. Karena nilai Net B/C : 1,7 > 1 = usaha ini layak dijalankan.

• Gross B/C Ratio merupakan alat ukur untuk menentukan mana biaya yang lebih besar, biaya yangdikeluarkan dibanding benefit atau hasil yang diperoleh.

- Jika Gross B/C > 1, maka usaha layak dijalankan.

- Jika Gross B/C < 1, maka usaha tidak layak diajalankan.

Karena nilai Gross B/C : 1,7 > 1, Maka usaha ini layak untuk dijalankan.

• IRR merupakan tingkat pengembalian modal sendiri yang digunakan dalam menjalankan usaha. IRR

: 2463% > discount factor (14%) = layak

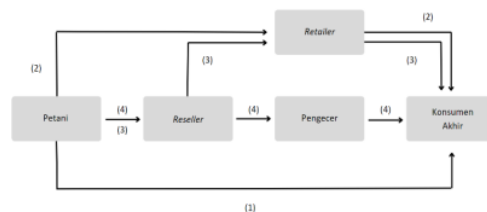
• Payback Period adalah alat ukur untuk mengukur berapa lama waktu yang diperlukan untuk mengembalikan nilai investasi awal. Hasil perhitungan didapat PP selama 1 tahun. Apabila dilihat dari umur ekonomis aset yaitu 5 tahun maka dikatakan layak

3.2 Saluran Pemasaran

Petani jamur tiram masih menggunakan pola pemasaran tidak langsung atau menggunakan perantara. Jumlah petani yang telah menggunakan pola pemasaran secara langsung kepada konsumen akhir masih terbilang sedikit. Masih banyak petani yang kesulitan dalam memasarkan jamur tiram dikarenakan akses ke pasar yang masih belum bisa di jangkau oleh petani. Proses pemasaran jamur tiram di Kabupaten Bogor hinggake konsumen akhir yang melibatkan beberapa aktor sebagai lembaga pemasaran diantaranya *reseller*, *retailer*, dan

ANALISIS PEMASARAN DAN KELAYAKAN BISNIS JAMUR TIRAM DI KABUPATEN BOGOR

pedagang pengecer. Berikut saluran pemasaran jamur tiram di Kabupaten Bogor :



Gambar 1. Alur Saluran Pemasaran

Keterangan :

- 1 (1) = Saluran Pemasaran 1
- (2) = Saluran Pemasaran 2
- (3) = Saluran Pemasaran 3
- (4) = Saluran Pemasaran 4

Tabel 5. Analisis Biaya Saluran Pemasaran

Lembaga Pemasaran	Saluran 1 Rp/Kg	Saluran 2 Rp/Kg	Saluran 3 Rp/Kg	Saluran 4 Rp/Kg
Petani				
Biaya Tenaga Kerja	-	800	-	-
Biaya Pengemasan	50	100	-	-
Biaya Sortasi	- 600	350	-	-
Biaya Pengangkutan		600	-	-
Reseller				
Biaya Pengemasan	-	-	1.500	500
Biaya Pengangkutan	-	-	1.500	1000
Retailer				
Biaya Pengemasan	-	-	-	-
Biaya Pengangkutan	-	-	-	-
Pengecer				
Biaya Pengemasan	-	-	-	-

	-	-	-	50
Total Biaya Pemasaran	650	1.850	3.000	1.550

Analisis biaya saluran pemasaran pada tabel 5 merupakan rata-rata dari total biaya dalam sekali pemasaran jamur tiram/Kg. Petani menanggung biaya pemasaran yang berbeda-beda pada setiap salurannya. Pada saluran 1, petani mengeluarkan biaya pengangkutan sebesar Rp 600/Kg dan biaya pengemasan sebesar Rp 50/Kg dengan menggunakan kemasan kantong plastik. Pada saluran 2, petani mengeluarkan biaya tenaga kerja sebesar Rp 800/Kg, biaya pengemasan sebesar Rp. 100/Kg, biaya sortasi sebesar Rp 350/Kg, dan biaya pengangkutan sebesar Rp 600/Kg untuk langsung diantarkan kepada *retailer*. Pada saluran 3, petani tidak mengeluarkan biaya pemasaran tetapi biaya-biaya dikeluarkan oleh *reseller*, yaitu adanya biaya pengemasan sebesar Rp 150/Kg dan biaya pengangkutan sebesar Rp 600/Kg. Pada saluran 4, hanya *reseller* yang mengeluarkan biaya yang terdiri dari biaya pengemasan sebesar Rp 800/Kg dan biaya pengangkutan sebesar Rp 700/Kg. Pengecer hanya mengeluarkan biaya pengemasan sebesar Rp 500/Kg.

Tabel 6. Analisis Margin Pemasaran Jamur Tiram

Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran 1 Rp/Kg	Saluran Pemasaran 2 Rp/Kg	Saluran Pemasaran 3 Rp/Kg	Saluran Pemasaran 4 Rp/Kg
Petani				
Harga Jual	13.000	15.000	13.000	13.000
Biaya Pemasaran	650	1.850	-	-

ANALISIS PEMASARAN DAN KELAYAKAN BISNIS JAMUR TIRAM DI KABUPATEN BOGOR

Reseller				
Harga Beli Biaya	-	-	13.000	13.000
PemasaranKeuntungan	-	-	3.000	1.550
Margin	-	-	3.000	2.450
Harga Jual Retailer	-	-	6.000	4.000
Harga Beli	-	-	19.000	17.000
Biaya Pemasaran				
Keuntungan Margin	-	15.000	19.000	-
Harga Jual Pengecer	-	- 3.000	- 7.500	-
Harga Beli	-	3.000	7.500	-
Biaya Pemasaran	-	18.000	26.500	-
Keuntungan Margin	-			-
Harga Jual Konsumen		-	-	
Akhir Harga Beli	-	-	-	17.000
Total Biaya	-	-	-	50
Total Keuntungan	-	-	-	2.950
Total Margin	-	-	-	3.000
	-			21.000
		18.000	26.500	
	13.000	- 18.000	3.000	21.000
	-	18.000	10.500	1.600
	-		13.500	5.400
	-			7.000

Hasil dari tabel 6 menyatakan bahwa pada saluran 1 petani menjual jamur tiram kepada konsumen akhir sebesar Rp 13.000/Kg. Pada saluran 2, petani menjual jamur tiram kepada retailer sebesar Rp 15.000/Kg dan retailer menjual kepada konsumen akhir sebesar Rp 18.000/Kg. Pada saluran 3, petani melibatkan retailer dan reseller sebagai lembaga pemasaran, retailer menjual harga jamur tiram sebesar Rp 26.500/Kg dan reseller menjual jamur tiram kepada konsumen akhir sebesar Rp 19.000/Kg. Pada saluran 4, lembaga pemasaran yang terlibat adalah reseller dan pengecer yang dimana reseller menjual harga jamur tiram sebesar Rp 17.000/Kg dan pengecer menjual jamur tiram kepada konsumen akhir sebesar Rp 21.000/Kg.

Tabel 7. *Farmer's Share*

Saluran pemasaran	Harga jual tingkat petani (Rp/Kg)	Harga Beli di Tingkat Konsumen (Rp/Kg)	Farmer's Share (%)
1	13.000	13.000	100%
2	15.000	18.000	83,3%
3	13.000	26.500	49%
4	13.000	21.000	62%

Nilai *farmer's share* yang terbesar terdapat pada saluran 1 yaitu petani langsung menjual hasil panen kepada konsumen akhir sebesar 100%. Pada saluran 2 terdapat *farmer's share* sebesar 83,3%. Pada saluran 3 terdapat nilai *farmer's share* sebesar 49% dan pada saluran 4 terdapat nilai *farmer's share* sebesar 62%. Hal ini berdasarkan dengan pernyataan yang menyatakan bahwa semakin pendek saluran pemasaran makin *farmer's share* yang didapatkan akan semakin besar (Saptarini et al, 2019).

Tabel 8. Kriteria Efisiensi Pemasaran

Saluran pemasaran	n Pemasaran (%)	Farmer's Share (%)	Keterangan
1	-	100%	Efisien
2	16,7%	83,3%	Efisien
3	51%	49%	tidak Efisien
4	38%	62%	Efisien

Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui bahwa kriteria efisiensi pemasaran dapat dikatakan efisien jika saluran pemasaran memiliki nilai kriteria 0-50% dan bila nilai kriteria >50% maka saluran tersebut dikatakan tidak efisien (Soekartawi, 2003). Berdasarkan hasil analisis, saluran 3 merupakan saluran pemasaran yang tidak efisien dikarenakan memiliki nilai kriteria efisiensi pemasaran sebesar 51%.

KESIMPULAN

ANALISIS PEMASARAN DAN KELAYAKAN BISNIS JAMUR TIRAM DI KABUPATEN BOGOR

1. Terdapat faktor yang mempengaruhi fluktuatif tingkat produksi jamur di Kabupaten Bogor yaitu bibit, ketersediaan bahan baku, cuaca, serta tenaga kerja. Tingkat produksi jamur juga dipengaruhi oleh permintaan konsumen. Namun masih terdapat keraguan mengenai ketersediaan input yaitu potensi dalam menghasilkan keuntungan yang memadai. Petani jamur tiram masih menggunakan polapemasaran tidak langsung atau melalui perantara.
2. Dalam meneliti studi kelayakan bisnis jamur tiram dibutuhkan indikator biaya seperti biaya investasi, biaya variabel, dan biaya tetap.
3. Hasil NPV usaha jamur tiram di Kabupaten Bogor bernilai Rp 3.533.849.189,42 > 0. Maka secara ekonomi usaha jamur tiram di kabupaten Bogor layak dilaksanakan karena bernilai positif.
4. IRR usaha jamur tiram di Kabupaten Bogor bernilai 2463% > discount factor (14%) = layak
5. Payback Period dari usaha jamur tiram di Kabupaten Bogor menunjukkan waktu yang diperlukan untuk mengembalikan nilai investasi semula yaitu 1 tahun. Apabila dilihat dari umur ekonomis aset yaitu 5 tahun. Maka bisa disimpulkan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan.
6. Nilai Net B/C usaha jamur tiram di Kabupaten Bogor bernilai 71,9 > 1. Maka usaha tersebut layak dijalankan.
7. Nilai Gross B/C usaha jamur tiram di Kabupaten Bogor bernilai 1,7 > 1, artinya benefit yang dihasilkan lebih besar dari biaya yang dikeluarkan. Maka usaha ini layak dijalankan.
8. Saluran pemasaran yang efisien yaitu saluran pemasaran 1, saluran pemasaran 2 dan saluran pemasaran 4. Saluran 3 merupakan saluran pemasaran yang tidak efisien dikarenakan memiliki nilai kriteria efisiensi pemasaran sebesar 51%.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdisobar, R., Bakar, A. B. U., & Yuniar, Y. (2014). Analisis Kelayakan Usaha Budidaya Jamur Tiram Di Desa Cilame Ciwidey Kabupaten Bandung. *Reka Integra*, 2(1).
- Di Barokah Jaya Kelurahan Mangli Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember. *Kubis*, 2(1), 40-52.
- Fahrozi, F., Pramudya, F. N., & Yanuarti, M. (2022). Analisis Efisiensi Pemasaran Jamur Tiram Putih (*Pleurotus Ostreatus*) Di Kelurahan Air Rambai Kecamatan Curup Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Tanaman*, 1(1), 82-90.
- Farhah, F., Laapo, A., & Howara, D. (2017). Analisis Kelayakan Usaha Jamur Tiram di Desa Mpanau Kecamatan Biromaru Kabupaten Sigi. *Agrotekbis: Jurnal Ilmu*

Pertanian (E-Journal), 5(3), 394-401.

- Fauzan, A., Rochdiani, D., & Sudradjat, S. (2020). Analisis Saluran Pemasaran Jamur Tiram Putih (Studi Kasus Di Desa Rajadesa Kecamatan Rajadesa Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 7(1), 78-83.
- Kinding, D. P., & Suwali, S. (2021). Analisis Pemasaran Kentang di Kecamatan Karangreja Kabupaten Purbalingga Jawa Tengah. *Jurnal Hexagro*, 5(2), 89-101.
- Kuntari, W., & Fitriani, A. N. (2021). Studi Kelayakan Usaha Pengolahan Jamur Tiram Menjadi Kaldu Jamur Pada Payung Putih. *Jurnal Sains Terapan: Wahana Informasi dan Alih Teknologi Pertanian*, 11(2), 70-85.
- Open Data Jabar. (2024). Data Produksi Jamur Tiram Di Jawa Barat. Kabupaten Bogor : Open Data Jabar
- Rizki, S. D., Hadi, F., & Afdhal, M. (2022). Peningkatan Strategi Pemasaran Jamur Di Kampung Jamur Limau Manis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dharma Andalas*, 1(1), 94-101.
- Rostwentiavivi, V., & Fizriani, A. (2019). Kelayakan Bisnis Dan Pemasaran Tahu Jojoh Di Kecamatan Karangpawitan, Kabupaten Garut. *Jurnal Dedikasi Masyarakat*, 3(1), 59-67.
- Saptarini, E. M., Badriah, L. S., & Istiqomah, I. (2019). Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Jamur Tiram Di Kabupaten Purbalingga. *Al- Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 11(1), 95-108.
- Saputra, A. S. (2015). Analisis Efisiensi Biaya Usahatani Jamur Tiram (*Pleurotus Sp*) Dan Pemasarannya Di Kabupaten Jember. Sholehah, D. R., & Pudjiastutik, E. W. (2022). Analisis Pendapatan Dan Saluran Pemasaran Usahatani Jamur Tiram (*Pleurotus Ostreatus*)
- Wibowo B.T., Yurisinthae E., Fitrianti. (2022). Analisis Efisiensi Pemasaran Jamur Tiram Di Kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis (Jepa)*. 6 (4), 1281-1290.
- Yateno, Y., & Ratmono, R. (2014). Analisis Perbandingan Studi Kelayakan Budidaya Jamur Tiram dengan Pendekatan Model Outsourcing di Kota Metro. *Akuisisi: Jurnal Akuntansi*, 10(2)
- Zakarsyie M. I., Setiawan I., Yusuf N. U. (2021). Analisis Kelayakan Usahatani Jamur Tiram Putih (Studi Kasus Pada Petani Jamur Tiram Bapak Baban Desa Margaluyu Kecamatan Cikoneng Kabupaten Ciamis). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*. 8 (2), 364- 371.

Analisis Pemasaran Dan Kelayakan Bisnis Jamur Tiram Di Kabupaten Bogor

ORIGINALITY REPORT

21 %
SIMILARITY INDEX

21 %
INTERNET SOURCES

7 %
PUBLICATIONS

6 %
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1 jepa.ub.ac.id Internet Source **6** %

2 journal.widyakarya.ac.id Internet Source **3** %

3 text-id.123dok.com Internet Source **2** %

4 repository.ub.ac.id Internet Source **2** %

5 repository.unsri.ac.id Internet Source **1** %

6 jurnal.unigal.ac.id Internet Source **1** %

7 media.neliti.com Internet Source **1** %

8 1library.net Internet Source **1** %

9 www.coursehero.com Internet Source **1** %

10	eprints.unram.ac.id Internet Source	1 %
11	123dok.com Internet Source	1 %
12	scholar.unand.ac.id Internet Source	1 %
13	ADISUCIPTO ADISUCIPTO, JAJAT SUDRAJAT, NURLIZA NURLIZA. "ANALISIS KELAYAKAN DAN KERAGAAN PEMASARAN USAHA TERNAK AYAM RAS PEDAGING DI KOTA SINGKAWANG (The Feasibility Analysis and Performance of Business Marketing Livestock Chicken in Singkawang)", Jurnal Social Economic of Agriculture, 2016 Publication	1 %
14	core.ac.uk Internet Source	1 %
15	repository.maranatha.edu Internet Source	1 %
16	M. Taufik, Ani Muani, Radian .. "ANALISA KELAYAKAN INVESTASI USAHA PEMBENIHAN IKAN DI BALAI BENIH IKAN (BBI) LOKAL KABUPATEN KUBU RAYA", Jurnal Social Economic of Agriculture, 2014 Publication	1 %
17	journal.lembagakita.org Internet Source	

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On

Analisis Pemasaran Dan Kelayakan Bisnis Jamur Tiram Di Kabupaten Bogor

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

/0

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14

PAGE 15

PAGE 16

PAGE 17
