

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang efisiensi saluran pemasaran dan strategi pemasaran jamur tiram putih di Kabupaten Jember yang bertujuan untuk: (1) mempelajari saluran pemasaran jamur tiram; (2) menghitung tingkat efisiensi pemasaran; (3) menentukan strategi pemasaran.

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Jember, ditentukan secara *purposive* karena di daerah tersebut banyak petani yang membudidayakan jamur tiram putih. Sampel penelitian ini ditentukan dengan metode snowball sampling dan diperoleh sampel sebanyak 11 petani, 4 pedagang pengepul, dan 6 pedagang pengecer. Data penelitian ini dianalisis menggunakan: (1) analisis deskriptif; (2) analisis margin pemasaran; (3) analisis SWOT

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) saluran pemasaran jamur tiram putih terdiri dari tiga saluran pemasaran, yaitu saluran nol tingkat, saluran satu tingkat, dan saluran dua tingkat; (2) saluran pemasaran yang paling efisien adalah saluran pemasaran nol tingkat, dengan nilai margin sebesar Rp 0. Strategi yang diperoleh untuk meningkatkan pemasaran jamur tiram putih di daerah penelitian adalah strategi *agresif* atau strategi SO (*Strengths-Opportunities*), dengan cara yaitu, menjaga kualitas jamur tiram putih yang dihasilkan dan memanfaatkan permintaan pasar dengan meningkatkan volume produksi jamur tiram putih.

Kata kunci: Saluran pemasaran, margin pemasaran, efisiensi pemasaran, strategi pemasaran, jamur tiram putih.

ABSTRACT

This research studies about the efficiency of white oyster mushroom market channel and strategy in Jember Regency which aims to: (1) study the oyster mushroom market channel; (2) calculate the level of market efficiency; (3) determine the market strategy.

Purposely, the research was carried out in Jember Regency, since there were a large number of white mushroom farmers there. The researcher determined the sample of this research using snowball sampling, and then acquired a sample of 11 farmers, 4 merchants, and 6 retailers. The data analysis of this research used: (1) descriptive analysis; (2) marketing margin analysis; (3) SWOT analysis.

The results of this study indicated that: (1) there were three market channels white oyster mushroom market, namely zero-level channels, one-level channels, and two-level channels; (2) the most efficient market channel was at the zero-level market channel, with a margin of Rp 0. In the area of this study, aggressive strategy or SO (Strengths-Opportunities) strategy was applicable to increase the marketing of white oyster mushrooms in the study area was an. Consequently, this strategy will maintain the quality of white oyster mushrooms and utilizes market demand by increasing the volume of white oyster mushroom production.

Keywords: *market channels, market margins, market efficiency, market strategies, white oyster mushrooms.*

