



**IMPLEMENTASI SALURAN DISTRIBUSI PADA PAGUYUBAN PETANI
JAMUR MERANG KAOLA MANDIRI DI JEMBER**

*Implementation Of Channel Distribution On Farmers Mushroom Community
Kaola Mandiri In Jember*

SKRIPSI

Oleh :

Nurul Firoudotil Jannah

NIM 140910202047

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**

2018



**IMPLEMENTASI SALURAN DISTRIBUSI PADA PAGUYUBAN PETANI
JAMUR MERANG KAOLA MANDIRI DI JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis (S1) dan mencapai gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh :

Nurul Firoudotil Jannah

NIM 140910202047

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS

JURUSAN ILMU ADMINISTRASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS JEMBER

2018

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta, Ibu Sudarmi dan Bapak Sumal yang telah membesarkan, mendidik, dan memberi suri tauladan yang baik selama ini. Terima kasih atas doa kalian yang tak terhingga, menyemangatiku, dan memberikan kasih sayang yang tidak ternilai harganya untuk sampai menjadi sarjana. Meskipun semua itu harus berproses dengan berbagai kondisi yang harus kita lewati. Semoga ilmu yang diperoleh putrimu dapat barokah untuk masa yang akan datang.
2. Semua guru yang telah mendedikasikan ilmunya dari SDN Rambijaya, SMPN 01 Rambipuji, SMKN 4 Jember, serta bapak/ibu dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Jember.
3. Almamater kampus kebanggaan, Universitas Jember.

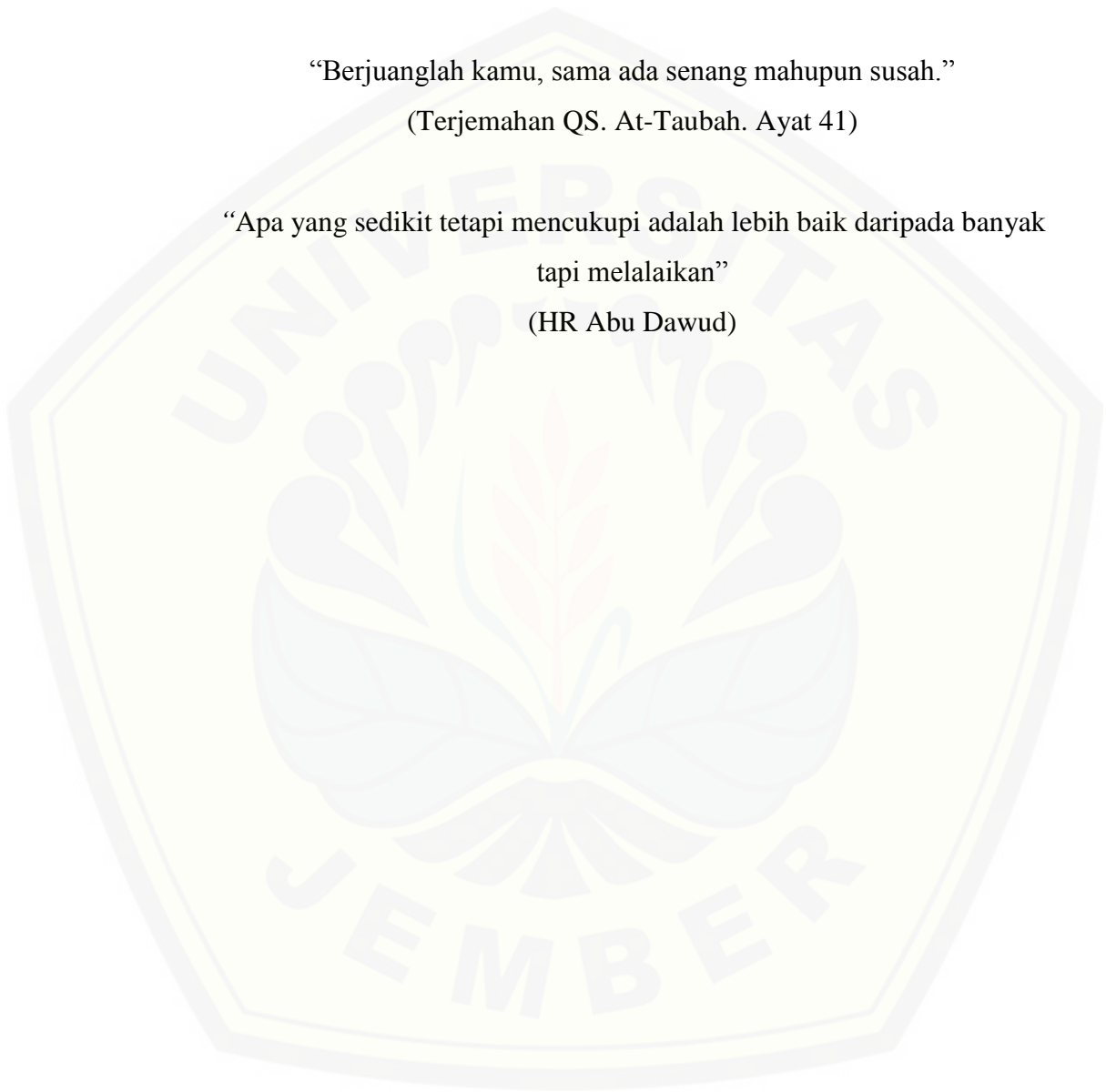
MOTTO

“Berjuanglah kamu, sama ada senang mahupun susah.”

(Terjemahan QS. At-Taubah. Ayat 41)

“Apa yang sedikit tetapi mencukupi adalah lebih baik daripada banyak
tapi melalaikan”

(HR Abu Dawud)



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurul Firoudotil Jannah

NIM : 140910202047

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul **“Implementasi Saluran Distribusi Pada Paguyuban Petani Jamur Merang Kaola Mandiri Di Jember”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 13 Desember 2018

Yang menyatakan,

Nurul Firoudotil Jannah

NIM 140910202047

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI SALURAN DISTRIBUSI PADA
PAGUYUBAN PETANI JAMUR MERANG KAOLA MANDIRI
DI JEMBER**

Oleh:

Nurul Firoudotil Jannah

NIM 140910202047

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Didik Eko Julianto, M.AB

Dosen Pembimbing Anggota : Drs. Sugeng Iswono, MA

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Implementasi Saluran Distribusi Pada Paguyuban Petani Jamur Merang Kaola Mandiri Di Jember” karya Nurul Firoudotil Jannah telah diuji dan disahkan pada:

Hari, Tanggal : Kamis, 27 Desember 2018
Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jam : 11.00 WIB

Tim Penguji:

Ketua,

Dr. Edy Wahyudi, S.sos, MM
NIP. 19750825 200212 1 002

Pembimbing 1,

Drs. Didik Eko Julianto, M.AB
NIP. 19610722 198902 1 001

Penguji Anggota I,

Drs. Suhartono, MP
NIP. 19580705 198503 1 002

Pembimbing II,

Drs. Sugeng Iswono, MA
NIP. 19540202 198403 1 004

Penguji Anggota II,

Drs. Sutrisno, M.Si
NIP. 19580705 198503 1 002

Mengesahkan

Dekan,

Dr. Ardiyanto, M.Si
NIP. 195808101987021002

RINGKASAN

Implementasi Saluran Distribusi Pada Paguyuban Petani Jamur Merang Kaola Mandiri Di Jember; Nurul Firoudotil Jannah, 140910202047; 2018: 117 Halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis; Jurusan Ilmu Administrasi; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik; Universitas Jember.

Paguyuban Kaola Mandiri merupakan kelompok petani jamur merang yang berpusat di Jl. Airlangga Gg. VIII No. 36 Dusun Kaliputih, Desa Rambipuji, Kecamatan Rambipuji, Kabupaten Jember. Anggota tani yang dimiliki oleh paguyuban adalah 47 orang dan pengecer tetap sebanyak 19 orang. Produk yang dijual adalah jamur merang, jenis jamur merang yang dijual ada 3 jenis yaitu : jamur merang putih, jamur merang semiputih dan jamur hitam.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penentuan informan didasarkan melalui teknik *purposive method* yaitu peneliti menentukan informan menurut kriteria tertentu yang telah ditetapkan. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi kepustakaan kepada obyek penelitian. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis domain dan taksonomi. Analisis domain adalah analisis yang digunakan untuk memperoleh gambaran yang umum dan menyeluruh tentang situasi sosial yang diteliti atau obyek penelitian. Sedangkan analisis taksonomi adalah kelanjutan dari analisis domain, dimana domain-domain yang telah ditetapkan oleh peneliti dapat diurai secara rinci dan mendalam.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa paguyuban Kaola Mandiri menggunakan saluran distribusi tidak langsung dan saluran distribusi langsung. Saluran distribusi tidak langsung untuk jamur segar yaitu : Petani -> Paguyuban Kaola Mandiri -> Pengecer -> Konsumen. Saluran ini digunakan dengan tujuan efektifitas waktu dan biaya, mengingat karakter produk yang dihasilkan mudah rusak. Adanya pengecer membantu penyebaran produk lebih cepat dipasar konsumen sehingga dapat menghindari terjadinya penumpukan barang di

paguyuban. Proses distribusi dari petani ke pengecer adalah petani menyetorkan hasil panen dengan datang ke kantor paguyuban Kaola Mandiri. Proses Distribusi dari Paguyuban ke pengecer juga sama yaitu pengecer datang ke paguyuban untuk membeli produk jamurnya. Lalu proses distribusi dari pengecer ke konsumen dengan menjual kembali barang secara ecer pada tempat pendistribusian masing-masing seperti dipasar dll. Saluran distribusi langsung yang digunakan oleh paguyuban Kaola Mandiri yaitu: Paguyuban Kaola Mandiri → Konsumen Akhir. Saluran ini digunakan untuk penjualan produk jamur *blanching* dan jamur mekar. Penjualan produk *blanching* hanya berdasarkan pesanan dan untuk penyelamatan jamur yang tidak laku pada sesaat sebelum membusuk. Berdasarkan hasil analisis margin yang dilakukan bahwa saluran distribusi yang digunakan adalah menguntungkan bagi setiap lembaga-lembaga yang terlibat dalam saluran distribusi.

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah SWT. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi Saluran Distribusi Pada Paguyuban Petani Jamur Merang Kaola Mandiri Di Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Ardiyanto, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember;
2. Dr. Akhmad Toha, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember;
3. Drs. Didik Eko Julianto, M.AB., selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember dan selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan waktu, nasihat, motivasi, serta semangat terkait penyusunan skripsi sampai selesai;
4. Drs. Sugeng Iswono, MA., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan waktu, nasihat, diskusi, kesabaran dan banyak hal terkait penyusunan skripsi sampai selesai;
5. Seluruh Dosen, Staf Pengajar, serta karyawan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember atas ilmu dan bantuan yang telah diberikan selama ini;
6. Bapak Riyanto selaku Ketua Paguyuban Kaola Mandiri yang telah bersedia menjadi informan dan memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian di paguyuban;
7. Seluruh teman-teman Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis angkatan 2014 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember, terima kasih untuk doa dan bantuannya;

8. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 13 Desember 2018

Penulis

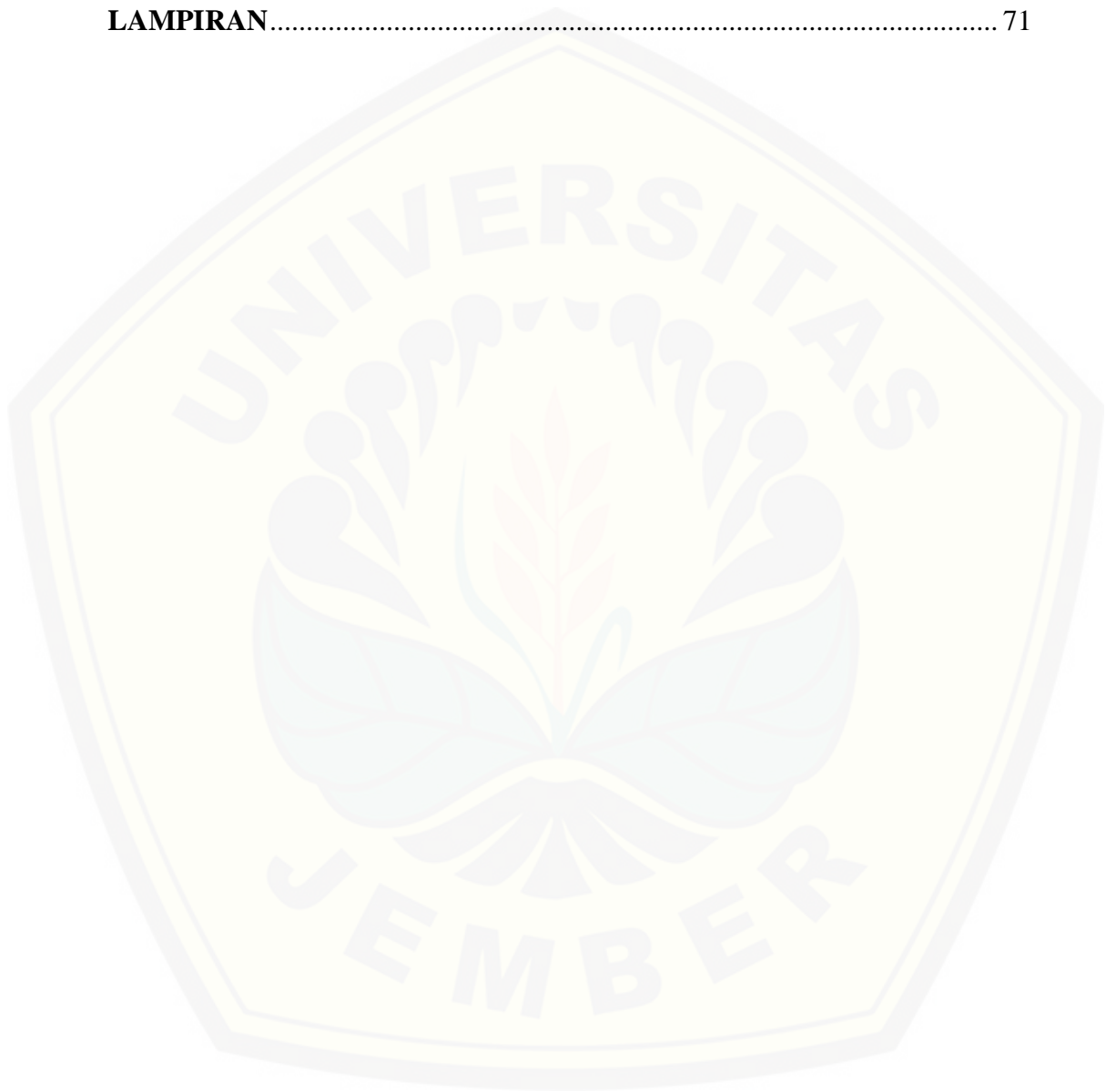


DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian	6
1.3.1 Tujuan Penelitian	6
1.3.2 Manfaat Penelitian	7
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pemasaran	8
2.2 Bauran Pemasaran	8
2.2.1 Unsur-unsur Bauran Pemasaran.....	9
2.3 Saluran Distribusi	10
2.3.1 Pengertian Saluran Distribusi	10
2.3.2 Fungsi-fungsi Saluran Distribusi	11
2.3.3 Penentuan Jumlah Saluran Distribusi	13
2.3.4 Jenis Saluran Distribusi	15
2.3.5 Lembaga-lembaga Saluran Distribusi.....	20

2.3.6 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran	21
2.4 Teori Margin Pemasaran	23
2.5 Penelitian Terdahulu	25
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Tipe Penelitian.....	28
3.2 Tahap Persiapan	28
3.2.1 Studi Kepustakaan	29
3.2.2 Penentuan Lokasi Penelitian	29
3.2.3 Observasi Pendahuluan.....	29
3.2.4 Penentuan Informan.....	30
3.3 Tahap Pengumpulan Data	31
3.4 Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data	33
3.5 Tahap Analisis Data.....	34
3.6 Tahap Penarikan Kesimpulan	36
BAB 4. PEMBAHASAN	37
4.1 Gambaran Umum	37
4.1.1 Sejarah Paguyuban.....	37
4.1.2 Visi Misi Paguyuban.....	39
4.1.3 Struktur Organisasi	40
4.1.4 Personalia.....	42
4.2 Proses Budidaya	45
4.3 Produk.....	48
4.4 Implementasi Saluran Distribusi.....	49
4.4.1 Saluran Distribusi Yang Digunakan	49
4.4.2 Fungsi-fungsi Saluran Distribusi	55
4.4.3 Wilayah Pemasaran Dan Transportasi Yang Digunakan...	57
4.4.4 Penetapan Harga Jual.....	58
4.4.5 Kebijakan Yang Diterapkan.....	60
4.4.6 Analisis Margin Pemasaran, Share Keuntungan dan Share Biaya	60
4.4 Intepretasi Data.....	64

BAB 5. PENUTUP	68
5.1 Kesimpulan	68
5.3 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	71



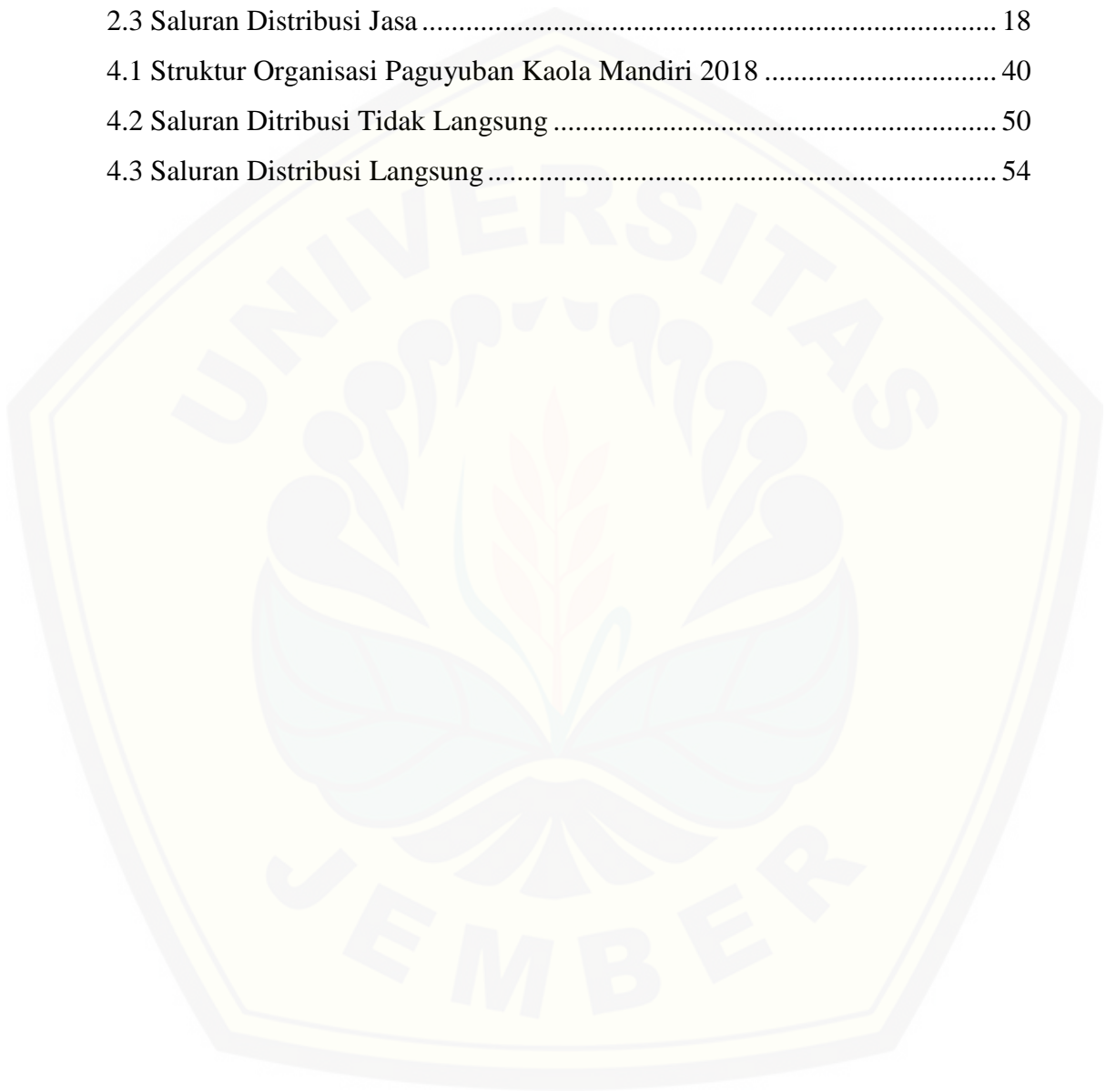
DAFTAR TABEL

Halaman

1.1 Luas Panen, Rata-rata Produksi dan Total produksi	
Menurut Jenis Sayuran 2016 Kabupaten Jember	2
1.2 Hasil Produksi jamur di Kabupaten Jember pada tahun 2016	3
1.3 Jumlah Produksi Paguyuban Kaola Mandiri 2016	4
2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan	
Penelitian Sekarang	26
3.1 Model Analisis Domain	35
3.2 Model Analisis Taksonomi	35
4.1 Daftar Nama Anggota Tani dan Jumlah Kumbung 2018.....	43
4.2 Daftar Nama Pengecer Tetap Kaola Mandiri 2018.....	45
4.3 Rincian Biaya Satu Kali Proses Produksi	48
4.4 Daftar Harga Produk Jamur Dari Petani Ke Paguyuban	58
4.5 Daftar Harga Produk Jamur Dari Paguyuban Ke Pengecer	59
4.6 Daftar Harga Produk Jamur Dari Pengecer Ke Konsumen.....	59
4.7 Daftar Harga Produk Jamur Dari Paguyuban Ke Konsumen	59
4.8 Analisis Margin Pemasaran, Share Keuntungan Dan Share Biaya.....	61
4.9 Matrik Hasil Taksonomi	65

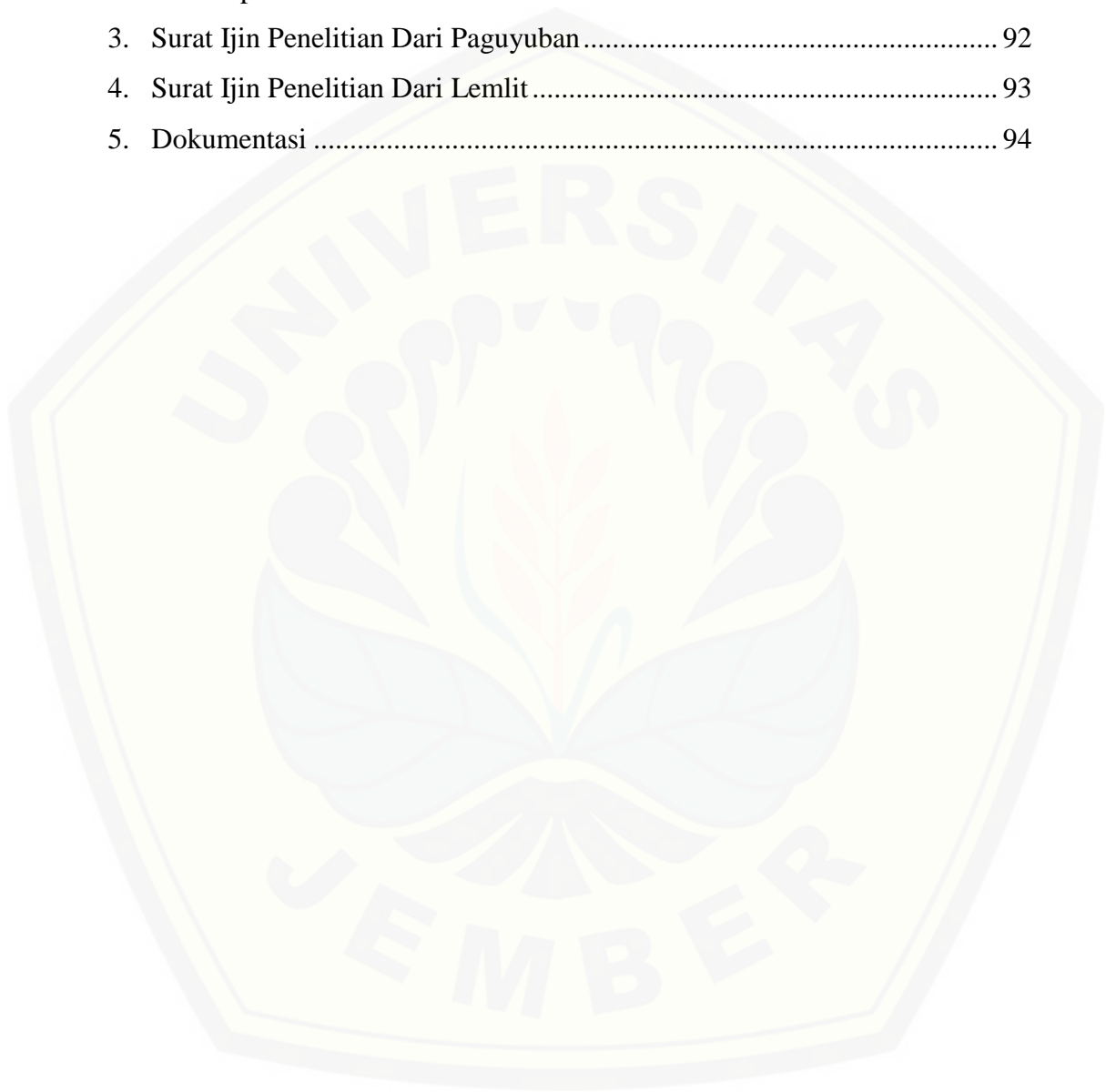
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Saluran Distribusi Barang Konsumsi	16
2.2 Saluran Distribusi Barang Distribusi	17
2.3 Saluran Distribusi Jasa	18
4.1 Struktur Organisasi Paguyuban Kaola Mandiri 2018	40
4.2 Saluran Ditribusi Tidak Langsung	50
4.3 Saluran Distribusi Langsung	54



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Pedoman Wawancara	71
2. Transkrip Wawancara.....	73
3. Surat Ijin Penelitian Dari Paguyuban.....	92
4. Surat Ijin Penelitian Dari Lemlit.....	93
5. Dokumentasi	94



BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Jamur merupakan salah satu komoditi yang mempunyai peluang yang cukup baik untuk dibudidayakan, mengingat permintaan pasar cukup tinggi sedangkan produksi rendah. Kebutuhan jamur di pasaran dalam negeri mempunyai perkembangan yang tinggi. Bahan makanan yang cukup populer karena kelezatan dan gizinya ini bisa diolah menjadi aneka masakan ataupun bahan baku industri pembuatan tepung, pasta, ekstrak, dan minuman bahkan untuk pengobatan. Jamur sudah mulai dikenal oleh masyarakat sebagai gaya untuk hidup sehat serta berbagai macamnya varian kuliner jamur yang diminati menyebabkan permintaan jamur pun meningkat. Permintaan pasar jamur terus meningkat, di tahun 2015 diperkirakan permintaan jamur mencapai 17.500 ton pertahun. Permintaan tersebut baru bisa terpenuhi 79% atau 13.825 ton masih ada kekurangan sekitar 21 % keadaan ini menunjukkan bisnis jamur masih terbuka lebar (Yuliawati, 2016). Salah satu jamur yang cukup banyak diminati adalah jenis jamur merang. Budidaya jamur merang di Indonesia mulai berkembang sejak tahun 1995. Menurut Badan Pusat Statistik pada tahun 2016 produksi jamur merang mendominasi 55-60% dari 40.914.331 kg total produksi jamur nasional. Provinsi Jawa Timur menjadi salah satu penyumbang terbesar produksi jamur sebanyak 26,57% dari jumlah keseluruhan produksi jamur di Indonesia.

Kabupaten Jember merupakan salah satu yang mempunyai produksi sayur-sayuran yang cukup tinggi terutama jenis jamur. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1 Luas Panen, Rata-rata Produksi Dan Total produksi Menurut Jenis Sayuran 2016 Kabupaten Jember

No	Jenis Sayuran	Luas Panen (Hektar)	Produksi (Kwintal)	Produktivitas (Hektar/Kwintal)
(a)	(b)	(c)	(d)	(e)
1.	Bawang Merah	-	-	-
2.	Kubis	330	14.855	45,02
3.	Kembang kol	12	705	58,75
4.	Petai	186	7.939	42,68
5.	Kacang panjang	546	29.827	54,63
6.	Cabe besar	783	56.422	72,06
7.	Cabe rawit	2.027	171.023	84,37
8.	Jamur	22.880	157.616	6,89
9.	Tomat	103	7.026	68,21
10.	Terung	192	15.352	79,96
11.	Buncis	49	1.261	25,73
12.	Ketimun	84	7.731	92,04
13.	Labusiam	9	492	54,67
14.	Kangkung	109	4.592	42,13
15.	Bayam	122	4.722	38,70
Total		27.612	479.563	2.423,15

Sumber : diolah peneliti 2018

Berdasarkan tabel 1.1 diketahui bahwa Kabupaten Jember mempunyai tingkat produksi yang cukup tinggi dan luas panen yang cukup tinggi dengan berbagai produk sayur-sayuran. Luas panen tertinggi adalah produksi jamur dengan total luas panen 22.880 hektar dengan produksi selama 2016 sebanyak 157.616 kwintal. Kabupaten Jember dari 31 kecamatan hanya tujuh kecamatan yang dapat menghasilkan jamur. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.2 Hasil Produksi Jamur Di Kabupaten Jember Pada Tahun 2016

No	Kecamatan	Produksi (kwintal)
1.	Wuluhan	342
2.	Silo	1.107
3.	Ajung	74.507
4.	Rambipuji	76.419
5.	Balung	65
6.	Panti	4.898
7.	Patrang	278
	Total	157.616

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember 2016

Pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa Kecamatan Rambipuji paling banyak menghasilkan produk jamur. Kelompok tani jamur di Rambipuji adalah milik bapak Riyanto. Bapak Riyanto beserta rekan mendirikan paguyuban kelompok tani yang diberi nama “Kaola Mandiri”. Komunitas yang berpusat di Jl. Airlangga Gg. VIII No. 36 Dusun Kaliputih, Desa Rambipuji, Kecamatan Rambipuji, Kabupaten Jember ini merupakan suatu wadah yang membentuk jaringan kerja petani budidaya jamur merang. Total keseluruhan produk jamur di Kecamatan Rambipuji adalah 76.419 kwintal, dari total tersebut sebanyak 1.048,91 kwintal merupakan hasil dari produk jamur merang paguyuban Kaola Mandiri.

Bapak Riyanto mempunyai anggota tani yang masih aktif sebanyak 47 orang. Keuntungan petani yang bergabung dengan paguyuban Kaola Mandiri adalah petani dapat banyak kemudahan berupa ketersediaan bahan baku produksi, ketersediaan pasar serta jaminan barang laku. Petani tidak perlu mencari sendiri bibit jamur dan media tanam serta untuk pasar dari jamur. Petani juga tidak perlu menanggung rugi untuk kasus barang tidak laku karena semua jamur milik petani akan diterima dan dibeli oleh paguyuban. Namun salah satu kekurangan bergabung dengan paguyuban adalah laba yang diperoleh oleh petani belum maksimal sebab petani harus mengikuti harga yang ditetapkan paguyuban, bukan mengikuti harga di pasar. Petani yang bergabung dengan paguyuban dan petani

yang berdiri sendiri sama-sama mempunyai pasar untuk mendistribusikan produknya dan sama-sama memperoleh keuntungan. Petani yang bergabung dengan paguyuban dihadapkan dengan proses tani yang instan dan rendah resiko barang tidak laku namun laba yang didapat belum maksimal sedangkan petani yang berdiri sendiri melalui proses yang panjang dan tenaga ekstra dengan laba maksimal namun dengan resiko kerugian barang rusak dan target pasar yang tidak tentu. Setiap pasca panen, petani mempunyai kewajiban menyetorkan hasil ke paguyuban. Berikut jumlah produksi Kaola Mandiri tahun 2016:

Tabel 1.3 Jumlah Produksi Paguyuban Kaola Mandiri Tahun 2016

No.	Bulan	Jumlah
1.	Januari	1.977,5 Kg
2.	Febuari	6.155 Kg
3.	Maret	8.260,5 Kg
4.	April	6.953,75 Kg
5.	Mei	10.139,5 Kg
6.	Juni	5.471,25 Kg
7.	Juli	6.849 Kg
8.	Agustus	12.053 Kg
9.	September	6.135,75 Kg
10.	Oktober	20.800,25 Kg
11.	November	11.780,25 Kg
12.	Desember	8.315,25 Kg
	Jumlah	104.891 Kg

Sumber : Dokumen Kaola Mandiri

Berdasarkan tabel 1.3 menunjukkan hasil produksi paguyuban Kaola Mandiri dengan total produksi 104.891 Kg. Jika dirata-rata paguyuban akan memproduksi 8.741 kg perharinya. Naik turunnya hasil produksi paguyuban disebabkan perbedaan waktu tanam produk oleh petani, setiap perseorangan petani belum tentu setiap hari menanam jamur, oleh sebab itu jumlah produksi

tiap bulannya bisa naik bisa turun, juga karena ketersediaan media tanam jerami yang diperoleh petani terbatas.

Jamur merang kaya akan protein, sebagai makanan anti kolesterol, *eritadenin* dalam jamur merang dikenal sebagai penawar racun, dan banyak mengandung antibiotik yang berguna untuk pencegahan anemia. Namun kekurangan dari jamur merang yaitu hanya mampu bertahan 1-2 hari dalam suhu normal ruang (sumber: <https://nicaturisma.wordpress.com/info/umum/jamur-merang>). Maka dari itu, paguyuban membutuhkan perencanaan aspek saluran distribusi pemasaran produk yang tepat dan bijak agar tidak terjadi barang sisa ataupun membusuk sebelum dapat terjual. Jika mampu menerapkan dan mengembangkan strategi saluran distribusi yang tepat, dapat meminimalisir resiko kerugian, dapat mencapai jangkuan pemasaran yang lebih luas, produk yang dihasilkan dapat terarah dengan baik.

Organisasi atau perusahaan didirikan pada umumnya untuk mencapai laba yang maksimal. Distribusi sangat diperlukan untuk tetap bertahan maupun berkembang ditengah kondisi perekonomian dan pasar yang berubah-ubah, organisasi atau perusahaan juga harus mampu menyediakan produk yang dapat diterima oleh konsumen baik dari segi kebutuhan, selera maupun harga dan kontinuitas produk. Saluran distribusi menghubungkan pemasok dan produsen dengan pengguna akhir barang atau jasa. Penelitian yang dilakukan oleh Amir Arif (2009) bahwa saluran distribusi berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap volume penjualan sebesar 53,7%. Saluran distribusi yang efektif dan efisien dapat meningkatkan volume penjualan yang diperoleh perusahaan atau organisas, selain itu saluran distribusi yang tepat dapat. memberikan keunggulan strategis yang penting bagi para anggota organisasi atas saluran-saluran pesaingnya. Bahkan penelitian yang dilakukan oleh Daniar Arif (2010) menunjukkan bahwa saluran distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan sebesar 91,07%. Saluran distribusi membahas bagaimana sebuah perusahaan menjangkau pasar sasarannya. Sebagian produsen memasarkan produk secara langsung kepada konsumen akhir, sedangkan sebagian lagi memasarkannya melalui satu atau lebih saluran distribusi.

Setiap usaha dalam menyalurkan barangnya tidak akan terlepas dari masalah dan hambatan yang akan dihadapi. Menentukan kebijakan distribusi adalah salah satu tugas produsen untuk meminimalisir terjadinya kerugian. Kemacetan dalam menyalurkan produk akan menimbulkan kesulitan baik dipihak produsen maupun konsumen. Ketika barang tidak sampai pada konsumen akan mengganggu arus pendapatan bagi pihak produsen jika target penjualan tidak terpenuhi. Sedangkan bagi pihak konsumen adalah terjadinya lonjakan harga karena kekurangan stok barang yang ditawarkan dipasar. Sangatlah tepat apabila perusahaan atau organisai memahami kebijaksanaan distribusi terutama yang menyangkut pemilihan saluran distribusi dan penentuan distribusi fisik. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang implementasi saluran distribusi pada paguyuban petani jamur merang Kaola Mandiri di Jember.

1.2 Rumusan Masalah

Kaola Mandiri merupakan bisnis jamur tiram yang mempunyai omset cukup menjanjikan. Area pemasaran yang cukup luas dan membuat siklus hidup perusahaan dapat bertahan. Maka dari itu, permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah “Bagaimana implementasi saluran distribusi pada paguyuban petani jamur merang Kaola Mandiri di Jember?”.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dan manfaat penelitian penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu mengetahui dan mendeskripsikan implementasi saluran distribusi pada paguyuban petani jamur merang Kaola Mandiri di Jember.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Menjadi pelatihan dan penambahan wawasan mengenai penerapan ilmu pengetahuan dan teori-teori yang diperoleh selama di bangku kuliah dengan praktek sesungguhnya di lapangan mengenai implementasi saluran distribusi pada Kaola Mandiri di Jember.

2. Bagi Obyek Penelitian

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi secara teoritis sebagai sumbangan pemikiran bagi obyek penelitian yang berkaitan dengan implelementasi saluran distribusi.

3. Bagi Akademisi

Dapat dijadikan sebagai pilihan refrensi penelitian tau sebagai infomasi bagi pihak yang membutuhkan dan berkepentingan yang masih berkaitan dengan implementasi saluran distribusi.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran

Pemasaran adalah fungsi yang memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal, padahal perusahaan hanya memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal.

Swasta (1996), definisi pemasaran ini bersandar pada konsep inti yang meliputi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), dan permintaan (*demands*). Manusia harus menemukan kebutuhannya terlebih dahulu, sebelum ia memenuhinya. Usaha untuk memenuhi kebutuhan tersebut dapat dilakukan dengan cara mengadakan suatu hubungan. Dengan demikian pemasaran bisa juga diartikan suatu usaha untuk memuaskan kebutuhan pembeli dan penjual. Kotler (2009:10), pemasaran didefinisikan sebagai : “Proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain”. Sedangkan Stanton (2012), Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan yang terkonsep untuk mengalirkan barang atau jasa kepada konsumen sesuai dengan permintaan ataupun kebutuhan dengan tujuan untuk saling memuaskan. Pemasaran dilakukan oleh organisasi ataupun individu yang mendorong adanya pertukaran sesuatu produk yang dianggap bernilai.

2.2 Pengertian Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran sangat penting, bagi perusahaan, ataupun konsumen. Bagi perusahaan, perusahaan dapat dengan mudah menciptakan produk atau jasa yang akan dijual pada konsumen sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen dengan harga yang sesuai dan dapat dengan mudah

menentukan saluran penjualan dan memilih cara promosi yang tepat. Bagi konsumen, bauran pemasaran berperan dalam memberikan informasi mengenai spesifikasi produk yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan informasi mengenai harga dari produk tersebut.

Definisi bauran pemasaran Kotler dan Keller (1997:48) bahwa bauran pemasaran adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran adalah kelompok komponen pemasaran yang saling terkait satu sama lain, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen serta mencapai tujuan perusahaan.

2.2.1 Unsur-unsur Bauran Pemasaran

Kotler (2009:18-20) ada empat unsur yang membentuk bauran pemasaran yaitu: produk, harga, promosi dan tempat. Unsur-unsur ini saling berkaitan dan membentuk satu kesatuan yang akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran. Berikut ini adalah uraian mengenai keempat unsur tersebut:

a. Produk

Produk adalah suatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Indikator produk berupa ragam produk, kualitas, desain, fitur, nama merek, kemasan, ukuran, layanan, jaminan dan pengembalian.

b. Harga

Harga adalah jumlah yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk dan jasa. Indikator harga yaitu harga terdaftar, diskon, potongan harga, periode pembayaran dan syarat kredit.

c. Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang memegang peranan penting dalam membantu mempertahankan loyalitas merek. Perusahaan memerlukan promosi sebagai alat bantu untuk

menyampaikan informasi dan berkomunikasi dengan konsumen agar konsumen mengetahui dan mengerti mengenai produk yang ditawarkan serta berusaha membujuk dan meyakinkan konsumen untuk melakukan pembelian. indikator promosi penjualan, periklanan, tenaga penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung.

d. Tempat

Tempat adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi konsumen. Tempat meliputi : Saluran distribusi, lokasi, transportasi.

2.3 Saluran Distribusi

2.3.1 Pengertian Saluran Distribusi

Saluran distribusi memiliki peran penting dalam penyaluran suatu produk dari produsen hingga sampai ke tangan konsumen akhir dalam rangka memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Barang yang telah selesai dibuat dan siap untuk dipasarkan, tahap berikutnya dalam proses pemasaran adalah menentukan metode dan rute yang akan dipakai untuk menyalurkan barang tersebut ke pasar. Hal ini menyangkut masalah penentuan strategi penyaluran, termasuk pemilihan saluran distribusi, penanganan secara fisik, dan distribusi fisik. Oleh karena itu, secara tidak langsung perusahaan memikirkan bagaimana cara memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dalam waktu, tempat, dan jumlah yang tepat serta memikirkan pemilihan saluran distribusi yang tepat.

Basu Swastha (1996:190), saluran distribusi untuk suatu barang adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri. Sedangkan Kotler dan Armstrong (2008:40), saluran distribusi merupakan sekelompok organisasi yang saling tergantung yang saling membantu membuat produk atau jasa yang siap untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Tjiptono (2008:285) saluran distribusi diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperluas (jenis, jumlah, harga, tempat dan saat dibutuhkan). Saluran distribusi ini merupakan suatu

struktur yang menggambarkan alternatif saluran yang dipilih, dan menggambarkan situasi pemasaran yang berbeda oleh berbagai macam perusahaan atau lembaga usaha. Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi adalah serangkaian proses yang dilakukan oleh organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi dan disalurkan sampai ke konsumen akhir.

2.3.2 Fungsi-fungsi saluran distribusi

M.Firdaus (2009) mengelompokkan fungsi pemasaran menjadi 3 fungsi:

a. Fungsi Pertukaran

Produk harus dijual dan dibeli sekurangnya sekali dalam proses pemasaran. Fungsi pertukaran yaitu melibatkan kegiatan yang menyangkut pengalihan hak kepemilikan dari satu pihak ke pihak lainnya dalam sistem pemasaran. Fungsi pertukaran dalam fungsi pemasaran terdiri atas 2 bagian, yaitu:

a. Fungsi penjualan

Tugas pokok pemasaran adalah mempertemukan permintaan dan penawaran (pembeli atau penjual). Hal ini dapat dilakukan secara langsung atau tidak langsung (melalui perantara). Fungsi penjualan yaitu meliputi sejumlah fungsi tambahan sebagai berikut:

- 1) Fungsi perencanaan dan pengembangan produk. Sebuah produk yang memuaskan konsumen merupakan tujuan mendasar dari semua usaha pemasaran. Perencanaan dan pengembangan produk dianggap sebagai fungsi produksi, tetapi hal itu penting pula bagi pemasaran.
- 2) Fungsi mencari kontak. Fungsi ini meliputi tindakan-tindakan mencari dan membuat kontak dengan para pembeli.
- 3) Fungsi menciptakan permintaan. Fungsi ini meliputi semua usaha yang dilakukan oleh para penjual untuk mendorong para pembeli membeli produk-produk mereka. Termasuk pada tindakan yang menjual secara individu, dengan undian dan juga mengadakan reklame.

- 4) Fungsi melakukan negosiasi. Syarat serta kondisi penjualan harus dirundingkan oleh para pembeli dan penjual. Termasuk merundingkan kualitas, kuantitas, waktu, harga, pengiriman, cara pembayaran dan sebagainya.
- 5) Fungsi melakukan kontak. Fungsi ini mencakup persetujuan akhir untuk melakukan penjualan dan transfer hak milik.

b. Fungsi pembelian

Fungsi pembelian yaitu meliputi segala kegiatan dalam rangka memperoleh produk dengan kualitas dan jumlah yang diinginkan pembeli serta mengusahakan agar produk tersebut siap dipergunakan pada waktu dan tempat tertentu dengan harga yang layak. Fungsi Pembelian, sebagai berikut:

- 1) Fungsi perencanaan. Pembeli harus mempelajari pasar mereka sendiri untuk mengetahui kualitas, jenis dan kuantitas dari produk yang mereka perlukan. Konsumen akhir juga harus dapat membuat keputusan mengenai produk yang ingin mereka miliki.
- 2) Fungsi mencari kontak. Fungsi ini meliputi usaha-usaha mencari sumber produk yang mereka inginkan. Penting bagi seorang pembeli agar mencari para penjual yang dapat menawarkan produk atau jasa tertentu.
- 3) Fungsi assembling. Persediaan bahan harus dikumpulkan untuk digunakan dalam proses produksi oleh para produsen dan pedagang eceran atau untuk dikonsumsi sendiri oleh para konsumen akhir.
- 4) Fungsi mengadakan perundingan. Dalam hal ini syarat serta kondisi pembelian harus dirundingkan terlebih dahulu dengan pihak penjual agar tidak ada perselisihan di kemudian hari.
- 5) Fungsi kontrak. Setelah syarat dan kondisi tertentu yang telah disepakati, selanjutnya dibuat perjanjian akhir dalam bentuk kontrak jual beli dan perpindahan hak milik terjadi.

c. Fungsi Fisis

Kegunaan waktu, tempat dan bentuk ditambahkan pada produk ketika produk diangkat, diproses dan disimpan untuk memenuhi keinginan konsumen. Oleh karena itu, fungsi fisis meliputi hal-hal berikut.

- 1) Pengangkutan. Pengangkutan merupakan gerakan perpindahan barang-barang dari asal mereka menuju ke tempat lain yang diinginkan (konsumen).
- 2) Penyimpanan atau penggudangan. Penyimpanan berarti menyimpan barang dari saat produksi mereka selesai dilakukan sampai dengan waktu mereka akan dikonsumsi.
- 3) Pemrosesan. Bahan hasil pertanian sebagian besar adalah bahan mentah bagi industri sehingga pengolahan sangat diperlukan untuk memperoleh nilai tambah (Value Added).

d. Fungsi Penyedia Sarana

Fungsi penyediaan sarana adalah kegiatan-kegiatan yang dapat membantu sistem pemasaran agar mampu beroperasi lebih lancar. Fungsi ini meliputi hal-hal berikut.

- 1) Informasi pasar. Pembeli memerlukan informasi mengenai harga dan sumber-sumber penawaran. Informasi pasar ini dapat diperoleh dari berbagai sumber, baik itu media massa, pemerintahan, perusahaan swasta, maupun lembaga pendidikan.
- 2) Penanggungungan risiko. Pemilik produk menghadapi risiko sepanjang saluran pemasaran.
- 3) Standardisasi dan grading. Standardisasi memudahkan produk untuk dijual dan dibeli, sedangkan grading adalah klasifikasi hasil pertanian ke dalam beberapa golongan mutu yang berbeda-beda, masing-masing dengan label dan nama tertentu.
- 4) Pembiayaan. Pemasaran modern memerlukan modal (uang) dalam jumlah besar untuk membeli mesin-mesin dan bahan-bahan mentah, serta untuk menggaji tenaga kerja. Proses pemasaran pun menghendaki pemberian kredit kepada pembeli.

2.3.3 Penentuan Jumlah Saluran Distribusi

Perusahaan harus menentukan jumlah perantara yang dipergunakan pada setiap saluran. Philip Kotler(1991:289) 3 strategi yang tersedia, yaitu:

a. Distribusi Intensif

Merupakan strategi yang dilakukan oleh produsen untuk barang kebutuhan sehari-hari dan bahan-bahan mentah. Cara yaitu dengan menimbun penyediaan barang sebanyak mungkin di toko-toko. Dan barang ini harus mempunyai kegunaan tempat (place utility). Misalnya dengan menjual rokok di seluruh tempat, melalui pengecer yang lebih dari satu juta, untuk menciptakan sebuah merek supaya dapat dikenal dan mudah didapat.

b. Distribusi Eksklusif

Merupakan strategi pemasaran yaitu dengan cara melimpahkan hak-hak eksklusif kepada sejumlah penyalur untuk mendistribusikan sebuah produk dalam wilayah mereka sendiri. Cara ini dilakukan perusahaan agar para penyalur tidak saling bersaing. Contoh penerapan strategi eksklusif ini bisa dilihat dalam industri mobil baru dan merk pakaian wanita. Dengan menggunakan strategi ini, produsen berharap dapat melakukan penjualan yang lebih terkendali sehingga dapat mengawasi kebijakan-kebijakan yang dilakukan oleh perantara dalam menentukan harga, promosi, kredit dan jasa-jasa lain. Selain itu dengan menerapkan strategi eksklusif, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan citra produk dan dapat menaikkan harga.

c. Distribusi Selektif

Merupakan strategi yang dilakukan oleh produsen dengan menggunakan beberapa orang perantara yang bersedia untuk menjual produk-produk tertentu(khusus). Dengan menggunakan strategi ini perusahaan tidak memerlukan banyak tenaga kerja untuk menjaga toko-toko, sehingga keuntungan yang diperoleh bisa lebih besar. Selain itu cara ini juga dapat menciptakan hubungan baik antara produsen dengan para perantara tertentu. Dengan melakukan distribusi selektif ini maka dapat memungkinkan produsen untuk meraih ruang lingkup pasar yang cukup besar dengan pengawasan yang lebih baik juga dengan biaya yang lebih sedikit.

2.3.4 Jenis Saluran Distribusi

Stanton (2012 : 175) “Saluran distribusi dibedakan menjadi saluran distribusi untuk barang konsumsi, untuk barang industri dan untuk jasa”.Selanjutnya Stanton (2012 :175) mengatakan ketiga jenis barang tersebut diatas, tentunya memerlukan saluran distribusi yang berbeda karena memang pasar yang dituju juga berbeda. Atas dasar jenis dan segmen produk yang dipasarkan, jenis saluran distribusi dapat dibedakan atas :

a. Saluran Distribusi Barang Konsumsi

Penjualan barang konsumsi ditujukan untuk pasar konsumen, dimana umumnya dijual melalui perantara. Hal ini dimaksudkan untuk menekan biaya pencapaian pasar yang luas menyebar yang tidak mungkin dicapai produsen satu persatu. Dalam menyalurkan barang konsumsi ada lima jenis saluran yang dapat digunakan.

1) Produsen - Konsumen

Bentuk saluran distribusi yang paling pendek dan yang paling sederhana adalah saluran distribusi dari produsen ke konsumen, tanpa menggunakan perantara. Produsen dapat menjual barang yang dihasilkannya melalui pos atau langsung mendatangi rumah konsumen (dari rumah ke rumah). Oleh karena itu saluran ini disebut saluran distribusi langsung.

2) Produsen - Pengecer - Konsumen

Seperti halnya dengan jenis saluran yang pertama (Produsen -Konsumen), saluran ini juga disebut sebagai saluran distribusi langsung. Disini, pengecer besar langsung melakukan pembelian kepada produsen. Adapula beberapa produsen yang mendirikan toko pengecer sehingga dapat secara langsung melayani konsumen. Namun alternatif akhir ini tidak umum dipakai.

3) Produsen - Pedagang Besar - Pengecer - Konsumen

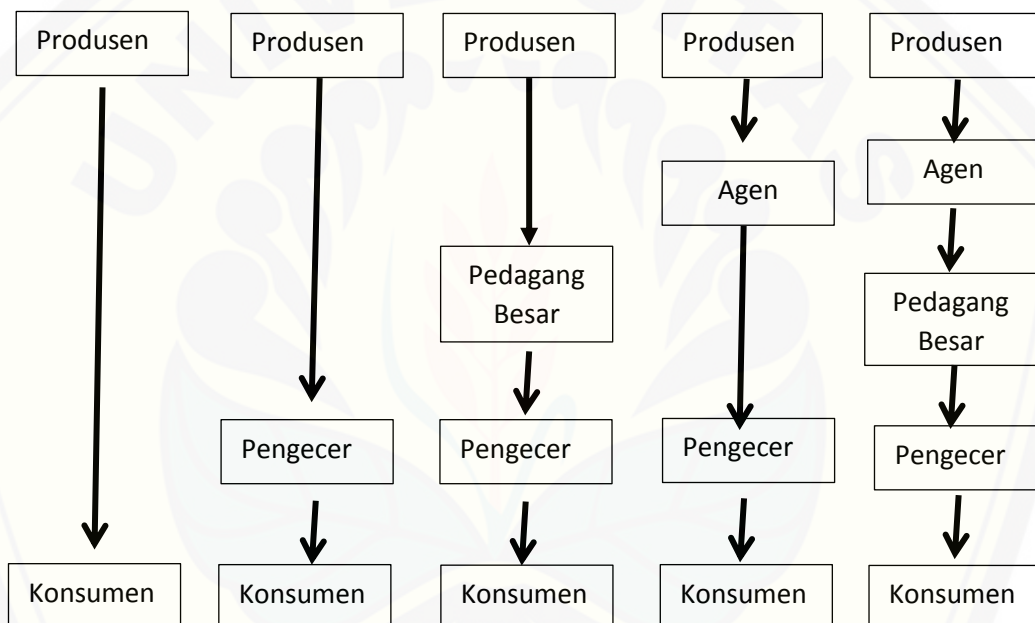
Saluran distribusi semacam ini banyak digunakan oleh produsen, dan dinamakan sebagai saluran distribusi tradisional. Disini, produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar, kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer. Pembelian oleh pengecer dilayani pedagang besar, dan pembelian oleh konsumen dilayani pengecer saja.

4) Produsen - Agen - Pengecer - Konsumen

Pada saluran ini produsen memilih agen sebagai penyalurnya. Ia menjalankan kegiatan perdagangan besar, dalam saluran distribusi yang ada. Sasaran penjualannya terutama ditujukan kepada para pengecer besar.

5) Produsen - Agen - Pedagang Besar - Pengecer - Konsumen

Saluran distribusi seperti ini sering menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil. Agen yang terlihat dalam saluran distribusi ini terutama agen penjualan.



Gambar 2.1 Saluran Distribusi Barang Konsumsi

b. Saluran Distribusi Barang Industri

Saluran distribusi barang industri juga mempunyai kemungkinan atau kesempatan yang sama bagi setiap produsen untuk menggunakan kantor/cabang penjualan. Kantor atau cabang ini digunakan untuk mencapai lembaga distribusi berikutnya. Ada empat macam saluran yang dapat digunakan untuk mencapai pemakai industri. Keempat saluran distribusi itu adalah:

1) Produsen - Pemakai Industri

Saluran distribusi dari produsen ke pemakai industri ini merupakan saluran yang paling pendek, dan disebut sebagai saluran distribusi langsung. Biasanya saluran

distribusi ini dipakai oleh produsen bilamana transaksi penjualan kepada pemakai industri relatif cukup besar seperti kapal dan pesawat terbang.

2) Produsen - Distributor Industri - Pemakai Industri

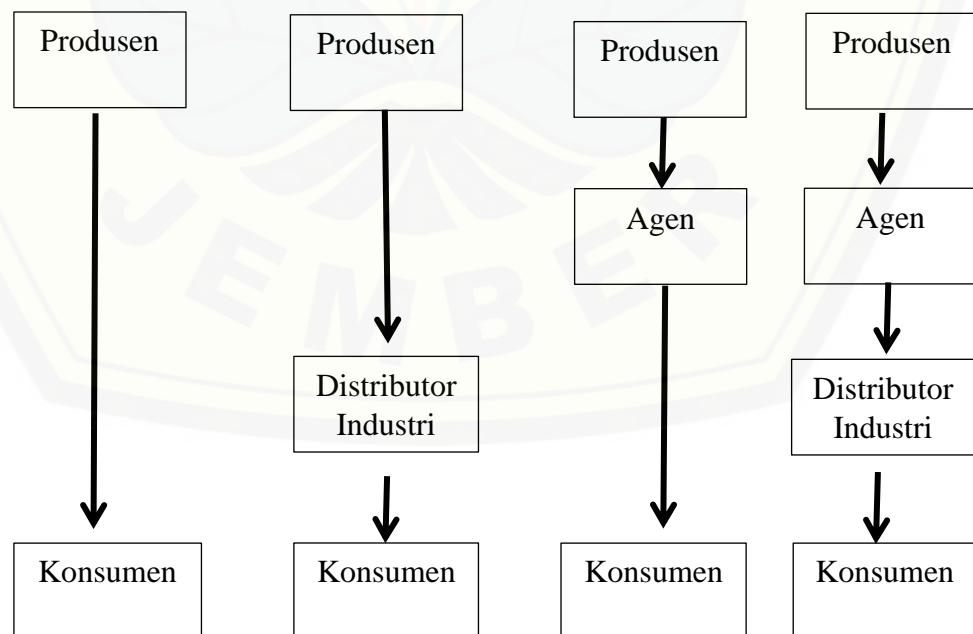
Produsen barang-barang jenis perlengkapan operasi dan aksesoris, dapat menggunakan distributor industri untuk mencapai pasarnya. Produsen lain yang dapat menggunakan distributor industri sebagai penyalurnya antara lain: produsen barang bangunan, produsen alat-alat untuk bangunan, dan sebagainya.

3) Produsen - Agen - Pemakai Industri

Biasanya saluran distribusi semacam ini dipakai oleh produsen yang tidak memiliki departemen pemasaran. Juga perusahaan yang ingin memperkenalkan barang baru atau ingin memasuki daerah pemasaran baru lebih suka menggunakan agen.

4) Produsen - Agen - Distributor Industri - Pemakai Industri

Saluran distribusi ini dapat digunakan oleh perusahaan dengan pertimbangan antara lain bahwa unit penjualannya terlalu kecil untuk dijual secara langsung. Selain itu faktor penyimpanan pada saluran perlu dipertimbangkan pula. Dalam hal ini agen penunjang seperti agen penyimpanan sangat penting peranannya.



Gambar 2.2 Saluran Distribusi Barang Industri

c. Saluran Distribusi Untuk Jasa

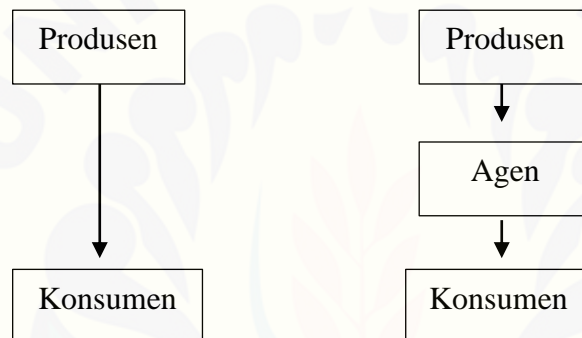
Untuk jenis saluran distribusi jasa ada dua macam yaitu :

1) Produsen - konsumen

Karena jasa merupakan barang tidak berwujud maka proses produksi dan aktivitas penjualannya membutuhkan kontak langsung antara produsen dan konsumen. Tipe saluran langsung ini banyak dipergunakan oleh jasa-jasa profesional, seperti akuntan, konsultan.

2) Produsen – agen – konsumen

Penjualan jasa juga sering menggunakan agen sebagai penghubung antara produsen dan konsumen, seperti jasa angkutan, travel dan sebagainya.



Gambar 2.3 Saluran Distribusi Jasa

Pada umumnya perusahaan menggunakan 2 macam saluran distribusi, yaitu saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung.

1) Saluran distribusi langsung

Saluran distribusi langsung yaitu produk di salurkan langsung kepada konsumen akhir tanpa melalui perantara. Dalam saluran distribusi ini pengusaha berusaha untuk menyalurkan barang – barang yang dibeli oleh konsumen secara langsung ke tempat konsumen tinggal. Adapun kelebihan dan kelemahan dari penggunaan saluran distribusi langsung ini adalah:

a) Kelebihan:

- (1) Harga produk lebih murah.
- (2) Risiko rusak kecil.
- (3) Waktu pengiriman cepat
- (4) Konsumen dapat menikmati produk yang dipesan dengan cepat.

b) Kelemahan:

(1) Perusahaan harus melakukan kontrak penjualan lebih banyak.

2) Saluran distribusi tidak langsung

Saluran distribusi tidak langsung yaitu perusahaan dalam menyalurkan produknya kepada konsumen menggunakan pihak luar atau perantara. Seperti agen, pedagang besar dan pengecer. Cara penyaluran secara tidak langsung ini pada umumnya dilakukan oleh pengusaha lain yang bergerak dalam perdagangan atau penyaluran suatu barang.

a) Kelebihan:

(1) Mengurangi tugas produsen dalam kegiatan distribusi untuk mencapai konsumen.

(2) Perantara dapat membantu di bidang penyimpanan dengan menyediakan fasilitas-fasilitas penyimpanan.

(3) Membantu di bidang keuangan dengan menyediakan sejumlah dana untuk melakukan pembelian tunai dari produsen.

(4) Membantu kegiatan promosi, pencarian konsumen dan menyediakan informasi.

b) Kelemahan:

(1) Risiko terjadi kerusakan besar.

(2) Waktu sampai ke konsumen lama.

(3) Bisa jadi harga produk semakin mahal.

Sigit dalam Sunyoto (2013 : 175) Prosedur menentukan saluran distribusi pada umumnya sebagai berikut :

a. Melakukan analisis terhadap produk yang akan dipasarkan untuk menentukan sifat-sifat dan gunanya.

b. Menentukan sifat-sifat produk dan luasnya pasar.

c. Melakukan market survey untuk mengetahui pendapat-pendapat pembeli dan perantara mengenai saluran distribusi yang dipergunakan oleh pesaing.

2.3.5 Lembaga – lembaga Dalam Saluran Distribusi

Swastha Basu (1996:202) lembaga-lembaga dalam saluran distribusi :

a. Pedagang perantara

Perantara pedagang (*merchant middlement*) adalah pedagang besar maupun pedagang eceran yang membeli suatu barang atau jasa kemudian menjualnya kembali.

- 1) Pedagang besar adalah sebuah unit usaha yang membeli dan menjual kembali barang – barang kepada pengecer dan pedagang lain atau kepada pemakai industri, pemakai lembaga, dan pemakai komersial yang tidak menjual dalam volume yang sama kepada konsumen akhir.
- 2) Pengecer atau toko pengecer adalah sebuah lembaga yang melakukan kegiatan usaha menjual barang kepada konsumen akhir untuk keperluan pribadi non bisnis.

b. Perantara agen

Perantara agen (*agent middlemant*) ini tidak mempunyai hak milik atas semua barang yang mereka tangani. Mereka dapat digolongkan ke dalam dua golongan, yaitu :

- 1) Agen penunjang, secara aktif ikut dalam pemindahan barang – barang dari produsen ke konsumen, seperti : agen pengangkutan, makelar dan sebagainya.
- 2) Agen pelengkap, tidak secara aktif ikut dalam pemindahan barang – barang tetapi mereka ikut memberikan bantuan serta memperlancar pemindahan tersebut, misalnya : perusahaan asuransi, bank, dan sebagainya.

c. Lembaga Pelayanan

Lembaga pelayanan (*fasilitator*) adalah lembaga-lembaga yang bebas (*independent*). Contohnya adalah lembaga keuangan, biro perjalanan dan pengiriman barang, perusahaan pergudangan, agen periklanan yang membantu dalam penyaluran barang. Lembaga ini bersifat membantu penyaluran, akan tetapi mereka tidak mempunyai hak kepemilikan barang atau negosiasi pembelian dan penjualan suatu barang atau jasa tertentu.

2.3.6 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran Distribusi

Produsen harus memperhatikan berbagai macam faktor yang sangat berpengaruh dalam pemilihan saluran distribusi. Swastha dan Irawan (2001 : 299) Faktor – faktor tersebut antara lain :

1. Pertimbangan pasar

a. Konsumen atau pasar industri

Apabila pasarnya berupa pasar industri, maka pengecer jarang atau bahkan tidak pernah digunakan dalam saluran ini. Jika pasarnya berupa konsumen dan pasar industri, perusahaan akan menggunakan lebih dari satu saluran.

b. Jumlah pembeli potensial

Jika jumlah konsumen relatif kecil dalam pasarnya, maka perusahaan dapat mengadakan penjualan secara langsung kepada pemakai.

c. Konsentrasi pasar secara geografis

Untuk daerah konsentrasi yang mempunyai tingkat kepadatan yang tinggi maka perusahaan dapat menggunakan distributor industri.

d. Jumlah pesanan

Volume penjualan dari sebuah perusahaan akan sangat berpengaruh terhadap saluran yang dipakainya. Jika volume yang dibeli oleh pemakai industri tidak begitu besar atau relatif kecil, maka perusahaan dapat menggunakan distributor industri.

e. Kebiasaan dalam pembelian

Kebiasaan membeli dari konsumen akhir dan pemakai industri sangat berpengaruh pula terhadap kebijaksanaan dalam penyaluran.

2. Pertimbangan barang

a. Nilai unit

Jika nilai unit dari barang yang dijual relatif rendah maka produsen cenderung untuk menggunakan saluran distribusi yang panjang. Tetapi sebaliknya, jika nilai unitnya relatif tinggi maka saluran distribusinya pendek atau langsung.

b. Besar dan berat barang

Jika ongkos angkut terlalu besar dibandingkan dengan nilai barangnya sehingga terdapat beban yang berat bagi perusahaan, maka sebagian beban tersebut dapat dialihkan kepada perantara.

c. Mudah rusaknya barang

Jika barang yang dijual mudah rusak maka perusahaan tidak perlu menggunakan perantara. Jika ingin menggunakannya, maka harus dipilih perantara yang memiliki fasilitas penyimpanan cukup baik.

d. Sifat teknis

Produsen harus mempunyai penjual yang dapat menerangkan berbagai masalah teknis penggunaan dan pemeliharaan barang tersebut.

e. Barang standart dan pesanan

Jika barang yang dijual berupa barang standart maka dipelihara sejumlah persediaan pada penyalur. Demikian pula sebaliknya, kalau barang yang dijual berdasarkan pesanan maka penyalur tidak perlu memelihara persediaan.

f. Luasnya produk line

Jika perusahaan hanya membuat satu macam barang saja , maka penggunaan pedagang besar sebagai penyalur adalah baik. Tetapi, jika macam barangnya banyak maka perusahaan dapat menjual langsung kepada para pengecer.

3. Pertimbangan perusahaan

a. Sumber Pembelanjaan

Perusahaan yang tidak kuat kondisi keuangannya akan cenderung menggunakan saluran distribusi lebih panjang.

b. Pengalaman dan kemampuan manajemen

Perusahaan yang menjual barang baru, atau ingin memasuki pasaran baru, lebih suka menggunakan perantara karena umumnya perantara sudah mempunyai pengalaman sehingga manajemen dapat mengambil pelajaran dari mereka.

c. Pengawasan saluran

Pengawasan akan lebih mudah dilakukan bilamana saluran distribusinya pendek.

d. Pelayanan yang diberikan oleh penjual

Jika produsen ingin memberikan pelayanan yang lebih baik seperti membangun etalase, mencari pembeli untuk perantara, maka akan banyak perantara yang bersedia menjadi penyalurnya.

4. Pertimbangan perantara

a. Pelayanan yang diberikan oleh perantara

Jika perantara mau memberikan pelayanan yang lebih baik, misalnya dengan menyediakan fasilitas penyimpanan, maka produsen akan bersedia menggunakannya sebagai penyalur.

b. Kegunaan perantara

Perantara akan digunakan sebagai penyalur apabila ia dapat membawa barang produsen dalam persaingan, dan selalu mempunyai inisiatif untuk memberikan usul tentang barang baru.

c. Sikap perantara terhadap kebijaksanaan produsen

Jika perantara bersedia menerima resiko yang dibebankan oleh produsen misalnya resiko turunya harga, maka produsen dapat memilihnya sebagai penyalur. Hal ini dapat memperingan tanggung jawab produsen dalam menghadapi macam resiko.

d. Volume penjualan

Produsen cenderung memilih perantara yang dapat menawarkan barangnya dalam volume yang besar untuk jangka waktu lama.

2.4. Teori Margin Pemasaran

a. Margin Pemasaran

Menurut Sudiyono (2002) Margin pemasaran adalah perbedaan antara harga yang dibayarkan konsumen dengan harga yang diterima petani. Perbedaan harga tersebut terdiri dari biaya pemasaran yang dikeluarkan para lembaga pemasaran karena melakukan fungsi pemasaran dan keuntungan pemasaran yang diterima oleh semua lembaga pemasaran yang berperan serta memasarkan produk

dari produsen ke konsumen. Secara sistematis margin pemasaran dapat ditulis sebagai berikut :

$$MP = Pr - Pf$$

Keterangan:

MP = Margin Pemasaran

Pr = Harga Ditingkat pengecer

Pf = Harga ditingkat petani

b. Share Keuntungan dan Share Biaya Lembaga

Share keuntungan merupakan keuntungan pemasaran yang diterima oleh setiap lembaga pemasaran dalam menyalurkan produk sampai ke konsumen, sedangkan share biaya merupakan biaya-biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dalam menyalurkan produknya sampai ke konsumen (Sudiyono, 2002). Share keuntungan dan share biaya dari masing-masing lembaga yang terlibat dalam proses dapat diketahui keuntungan dari masing-masing lembaga merata atau tidak. Berikut formulasi perhitungan share keuntungan dan share biaya dalam melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j adalah:

$$\text{Share biaya} = S_{bi} = \frac{B_i}{P_r} \times 100\%$$

$$\text{Share keuntungan} = S_{ki} = \frac{K_i}{P_r} \times 100\%$$

Bagian biaya untuk melakukan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j adalah:

$$S_{bij} = \frac{c_{ij}}{P_r - P_f} \times 100\%$$

$$C_{ij} = H_{jj} - H_{bj} - \pi_{ij}$$

Sedangkan untuk keuntungan lembaga pemasaran ke-j

$$SK_j = \frac{\pi_{ij}}{P_r - P_f} \times 100\%$$

$$\Pi_{ij} = H_{jj} - H_{bj} - c_{ij}$$

Keterangan:

SBij = Bagian biaya untuk melakukan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j

c_{ij}	= Biaya untuk melakukan fungsi pemasaran ke- i oleh lembaga pemasaran ke- j
P_r	= Harga ditingkat pengecer
P_f	= Harga ditingkat petani
H_{jj}	= Harga jual lembaga pemasaran ke- j
H_{ij}	= Harga beli lembaga pemasaran ke- j
Π_{ij}	= Keuntungan lembaga pemasaran ke- j
S_{ki}	= Bagian keuntungan lembaga pemasaran ke- j

Penarikan kesimpulan yaitu pada retribusi margin jika selisih S_{ki} masing-masing lembaga kecil maka pembagian keuntungan merata. Sedangkan penarikan kesimpulan pada share yaitu jika share keuntungan lebih besar dari share biaya maka saluran yang digunakan menguntungkan, begitu juga sebaliknya.

2.4 Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang

Penelitian terdahulu digunakan sebagai tambahan bahan pemikiran dan referensi bagi peneliti. Melihat judul dari penelitian terdahulu, tentunya terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang. Berikut perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang.

Tabel 2.1 Perbandingan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang

No	Keterangan (a)	Penelitian terdahulu (b)				Penelitian sekarang (c)
1.	Peneliti	Aris Setiyawan	Juang Jayadiputra	Tsiqoh Billah	Anton Dwi Putra	Nurul Firoudotil Jannah
2.	Judul	Implementasi Saluran Distribusi Produk Suwar-suwir Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada UD. Rama Jember	Identifikasi Saluran Distribusi Rokok Toppas Pada PT.Sukses Abadi Bersama Jember	Pelaksanaan Saluan Distribusi Susu Pasteurisasi PT. Susu Sehat Alami Jember	Implementasi Saluran Distribusi Cerutu Pada Koperasi Karyawan Kertanegara PTPTN X (Persero) Jember Untuk Mempertahankan Pasar	Implementasi Saluran Distribusi Pada Paguyuban Petani Jamur Merang Kaola Mandiri Di Jember
3.	Tipe Penelitian	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif
4.	Analisis Data	Analisis Domain dan Taksonomi	Analisis Domain dan Taksonomi	Analisis Domain dan Taksonomi	Analisis Domain dan Taksonomi	Analisis Domain dan Taksonomi

	(a)		(b)		(c)
5.	Hasil	UD.Rama	PT.Sukses	PT. Susu sehat	Koperasi
		menggunakan	Abadi	Alami	Karyawan
		an saluran	Bersama	menggunakan	Kertanegar
		distribusi	menggunakan	saluran	a PTPN X
		langsung	an saluran	distribusi	Jember
		dan saluran	distribusi	langsung/prim	menggunakan
		distribusi	tidak	er dan saluran	an 2
		tidak	langsung	distribusi	saluran
		langsung.	dengan	sekunder.	distirbusi
		Dari	cakupan	Saluran	yaitu
		penggunaan	insentif dan	distribusi yg	saluran
		n dua	cakupan	digunakan	distribusi
		saluran	eksklusif.	yaitu distribusi	langsung
		distribusi		fisik yaitu	dan tidak
		diketahui		mencakup	langsung.
		dapat		pengelohan	Dimana
		meningkatkan		pesanan (order	saluran
		an		processing)per	distribusi
		penjualann		gudangan,pers	yang
		ya.		ediaan dan	dilakukan
				pengangkutan.	terfokus
					pada daerah
					wisata.

Sumber : diolah oleh penulis 2018

BAB 3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian sangat diperlukan dalam proses penelitian ilmiah, karena metode penelitian merupakan langkah-langkah operasional dalam penelitian yang bertujuan memecahkan masalah sehingga diperoleh hasil yang benar, objektif dan ilmiah. Menurut Sugiyono (2013:2), Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan.

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif. Moleong (2011:11) mengemukakan bahwa penelitian deskriptif adalah data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Data yang diperoleh berdasarkan hasil pengamatan langsung, tidak dimanipulasi sesuai bukti yang ada melalui wawancara yang diinstrumenkan langsung oleh peneliti. Menurut Moleong (2011:6), penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang dialaminya dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa peneliti menggunakan deskriptif kualitatif dengan alasan analisis datanya berupa kata-kata tertulis atau lisan dan mempertimbangkan pendapat orang lain yang bisa disebut dengan narasumber serta menggambarkan keadaan yang sebenarnya berdasarkan fenomena yang ada.

3.2 Tahap Persiapan

Tahap persiapan merupakan langkah awal peneliti untuk mempersiapkan penelitian. Kegiatan yang dilakukan pada tahap persiapan meliputi :

3.2.1 Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan nantinya akan berguna sebagai tambahan pengetahuan dan konsep yang akan dipakai sebagai dasar dalam penelitian dengan cara mempelajari bahan-bahan referensi yang berkaitan dengan objek penelitian. Menurut M. Nazir (dalam Metode Penelitian, 2003:27), studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan.

3.2.2 Penentuan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menurut Iskandar (2008:219) adalah situasi dan kondisi lingkungan tempat yang berkaitan dengan masalah penelitian. Penentuan lokasi ditentukan berdasarkan keinginan peneliti untuk meneliti mengenai saluran distribusi di Kaola Mandiri. Guna memperoleh data, penelitian dilakukan di Jl. Airlangga Gg. VIII No. 36 Dusun Kaliputih, Desa Rambipuji, Kecamatan Rambipuji, Kabupaten Jember. Lokasi penelitian ditentukan berdasarkan pertimbangan:

- a. Lokasi tersebut merupakan tempat petani menyetorkan hasil panen dan terjadinya pencatatan hasil panen.
- b. Lokasi tersebut digunakan sebagai tempat awal pendistribusian produk ke konsumen.
- c. Lokasi tersebut juga menjadi tempat berkumpulnya para petani untuk mengadakan kegiatan keanggotaan.
- d. Keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti dalam hal tenaga, biaya dan waktu menjadi salah satu pertimbangan pemilihan lokasi.

3.2.3 Observasi Pendahuluan

Observasi pendahuluan dilakukan dengan berinteraksi melalui pertemuan langsung dengan pemilik untuk mendapatkan informasi awal yang berkaitan dengan permasalahan penelitian yaitu saluran distribusi petani jamur paguyuban Kaola Mandiri.

3.2.4 Penentuan Informan

Menurut Sugiyono (2009:221), penentuan informan dalam penelitian kualitatif berfungsi untuk mendapatkan informasi yang maksimum. Informan adalah seseorang yang benar-benar mengetahui suatu persoalan tertentu yang darinya dapat diperoleh informasi yang jelas, akurat terpercaya baik berupa pernyataan, keterangan atau data-data yang dapat membantu dalam memahami persoalan tersebut. Pada penelitian ini informan yang dipilih adalah informan kunci (*key informant*). Informan ditentukan dengan menggunakan *purposive method* yaitu memilih informan dengan kriteria tertentu yang telah ditetapkan. Karakteristik informan yang dipilih oleh peneliti adalah sesuai pendapat dari Spardley (Sugiyono, 2014:370) sebagai berikut :

- a. Mereka yang menguasai dan memahami sesuatu melalui proses enkulturasi, sehingga bukan sekedar diketahui tetapi juga dipahami.
- b. Mereka yang tergolong masih sedang berkecimpung atau terlibat pada kegiatan yang tengah diteliti.
- c. Mereka yang mempunyai waktu yang memadai untuk diminta informasi.
- d. Mereka yang tidak cenderung menyampaikn informasi hasil “kemasannya” sendiri. Informasi yang dimaksud merupakan baik buruk paguyuban sedangkan informan ini adalah sebagai triangulasi.
- e. Mereka yang pada mulanya cukup asing dengan peneliti sehingga lebih mengairahkan untuk dijadikan semacam narasumber.

Adapun informan kunci yang dipilih oleh peneliti untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan penelitian, yaitu:

- a. Nama : Riyanto
- Status : Ketua Kaola Mandiri
- Topik Wawancara : Berkaitan dengan gambaran umum Kaola Mandiri dan strategi saluran distribusinya.

Bapak Riyanto menjadi informan utama pada penelitian ini dikarenakan bapak Riyanto merupakan pendiri serta ketua paguyuban yang ikut andil dalam semua proses kegiatan operasi paguyuban juga ikut bertani sampai ke proses distribusi produk.

- b. Nama : Sugiri
Status : Bagian Pemasaran
Topik Wawancara : Berkaitan dengan distribusi produk yang dilakukan oleh paguyuban.

Informan kedua adalah bapak Sugiri. Beliau dipilih karena bersangkutan langsung dengan proses distribusi produk dilapangan. Baik distribusi keluar kota maupun dalam kota. Diharapkan mendapat informasi yang lebih detail terkait ditribusi yang sedang diterapkan sekarang.

- c. Nama : Bu Maria
Status : Pedagang
Topik Wawancara : Berkaitan dengan pemasaran

Informan ketiga yaitu Bu Maria yang merupakan pengecer anggota tani paguyuban Kaola. Peneliti memilih Bu Maria untuk memperoleh informasi terkait proses pemasaran, sistem atau aturan yang diterapkan terhadap pedagang oleh paguyuban serta keuntungan yang diperoleh dipihak pedagang.

- d. Nama : Iwan
Status : Petani
Topik Wawancara : Berkaitan dengan proses bertani, Proses distribusi Keuntungan bergabung dengan paguyuban

Informan keempat yakni Iwan, merupakan anggota tani paguyuban. Peneliti memilih iwan sebagai narasumber untuk proses budidaya, harga jual dan proses distribusi. Serta kendala maupun keuntungan yang diperoleh oleh petani ketika bergabung dengan paguyuban.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2005:62), “Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data”. Berdasarkan pemaparan tersebut diketahui bahwa pengumpulan data digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang

akurat guna mendukung keberhasilan penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.3.1. Pengumpulan data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini melalui observasi, dokumentasi dan wawancara dengan pihak informan.

a. *Observasi.*

Menurut Nawawi dan Martini (1992:74), “Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala pada obyek penelitian”. Berdasarkan pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa observasi merupakan kegiatan pengamatan dan pencatatan yang dilakukan oleh peneliti guna memahami kondisi yang sebenarnya dan menyempurnakan penelitian agar mencapai hasil yang maksimal.

b. *Wawancara.*

Menurut Sugiyono (2010:194), “Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti akan melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan terstruktur karena peneliti menggunakan pedoman wawancara yang disusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan data yang dicari. Wawancara merupakan suatu kegiatan yang dilakukan langsung oleh peneliti dan mengharuskan antara peneliti serta narasumber bertatap muka sehingga dapat melakukan tanya jawab secara langsung dengan menggunakan pedoman wawancara.

c. *Dokumentasi.*

Menurut Hamidi (2004:72), Metode dokumentasi adalah informasi yang berasal dari catatan penting baik dari lembaga atau organisasi maupun dari

perorangan. Dokumentasi penelitian ini merupakan pengambilan gambar oleh peneliti untuk memperkuat hasil penelitian. Menurut Sugiyono (2013:240), dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monu-mental dari seseorang.

Dokumentasi merupakan pengumpulan data oleh peneliti dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen dari sumber terpercaya yang mengetahui tentang narasumber. Metode dokumentasi menurut Arikunto (2006:231) yaitu mencari data mengenai variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya.

Berdasarkan kedua pendapat para ahli dapat ditarik kesimpulan bahwa pengumpulan data dengan cara dokumentasi merupakan suatu hal dilakukan oleh peneliti guna mengumpulkan data dari berbagai hal media cetak membahas mengenai narasumber yang akan diteliti.

3.3.2. Pengumpulan Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh bukan secara langsung dari sumbernya. Penelitian ini sumber data sekunder yang dipakai adalah sumber tertulis seperti sumber buku, jurnal, internet dan dokumen-dokumen dari pihak yang terkait.

3.4. Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data

Menurut Sugiyono (2014:267), Validitas merupakan “derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti”. Pemeriksaan keabsahan data sangat perlu dilakukan agar data yang diperoleh bisa dipertanggungjawabkan karena memiliki derajat kepercayaan yang memadai. Karena validitas dalam penelitian sangat penting untuk menjadikan penelitian tersebut bersifat ilmiah.

Menurut Hamidi (2004:82-83), Ada beberapa teknik yang dapat digunakan untuk mengetahui validitas data, yaitu:

1. Teknik triangulasi antar sumber data, teknik pengumpulan data, dan pengumpulan data yang dalam hal terakhir ini peneliti akan berupaya mendapatkan

rekan atau pembantu dalam penggalan data dari warga di lokasi-lokasi yang mampu membantu setelah diberi penjelasan.

2. Pengecekan kebenaran informasi kepada para informan yang telah ditulis oleh peneliti dalam laporan penelitian (*member check*).
3. Akan mendiskusikan dan menyeminarkan dengan tema sejawat di jurusan tempat penelitian belajar (*peer debriefing*), termasuk koreksi di bawah para pembimbing.
4. Perpanjangan waktu penelitian. Cara ini akan ditempuh selain untuk memperoleh bukti yang lebih lengkap juga untuk memeriksa konsistensi tindakan para informan.

3.5 Tahap Analisis Data

Analisis data merupakan tahap yang menentukan dalam menentukan suatu penelitian sebagai langkah pembuktian. Data yang diperoleh masih dalam bentuk gambaran atau pengertian yang bersifat umum sehingga penelitian ini menggunakan analisis domain dan taksonomi. Menurut Sugiyono (2009:256) mendefinisikan analisis domain adalah langkah pertama dalam penelitian kualitatif yang pada umumnya dilakukan untuk memperoleh gambaran umum dan menyeluruh tentang situasi sosial yang diteliti atau objek penelitian. Proses analisis data dalam penelitian ini dimulai dengan pengumpulan data mentah berupa dokumen, komentar peneliti dan catatan lapangan. Data mentah yang didapatkan dijelaskan berdasarkan teori-teori kemudian dideskripsikan dan akhirnya diinterpretasikan. Hal ini dilakukan dengan mempertimbangkan intensitas jawaban. Menurut Sugiyono (2009:261) analisis taksonomi adalah analisis terhadap keseluruhan data yang terkumpul berdasarkan domain yang telah ditetapkan menjadi *cover term* sehingga dapat diuraikan kembali secara lebih rinci dan mendalam.

3.1 Tabel Model Analisis Domain

Domain	Hubungan Sistematis	Pertanyaan Struktural
Gambaran umum paguyuban	Gambaran umum meliputi sejarah paguyuban, visi misi paguyuban, struktur organisasi, personalia proses budidaya, serta produk yang dijual	Bagaimana keadaan umum Kaola Mandiri ?
Saluran distribusi Kaola Mandiri	Saluran distribusi langsung dan/atau saluran distribusi tidak langsung	Bagaimana implementasi saluran distribusi yang digunakan oleh Kaola Mandiri ?

Sumber : data diolah oleh peneliti 2018

3.2 Tabel Analisis Taksonomi

Bidang (a)	Bentuk (b)	Deskripsi (c)
Identifikasi saluran distribusi paguyuban Kaola Mandiri	Saluran distribusi tidak langsung dan saluran distribusi langsung	Saluran distribusi tidak langsung digunakan untuk menjangkau konsumen yang jauh dari wilayah pemasaran melalui perantara. Saluran distribusi langsung digunakan dengan pertimbangan nilai unit barang yang dijual.
	Fungsi Saluran Distribusi	Fungsi saluran distribusi yang dijalankan oleh setiap lembaga yang ikut andil memasarkan produk hingga ke konsumen akhir

(a)	(b)	(c)
	Wilayah Pemasaran dan Transportasi yang digunakan	Merupakan penyebaran penjualan produk demi menjangkau pasar yang luas serta akomodasi yang digunakan.
	Penetapan harga jual	Patokan penjualan harga produk jamur dalam beberapa jenis produk jamur yang dimiliki paguyuban.
	Kebijakan yang dimiliki paguyuban	Aturan tidak tertulis yang diterapkan oleh paguyuban untuk petani maupun pedagang.
	Analisis Margin	Digunakan sebagai tolak ukur saluran distribusi yang dijalankan apakah menguntungkan atau tidak bagi pelaku pemasaran yang terlibat.

Sumber : data diolah oleh peneliti 2018

3.6 Tahap Penarikan Kesimpulan

Tahap akhir dari suatu penelitian adalah melakukan penarikan kesimpulan berdasarkan data-data yang ada dilapangan yang telah diproses dan dianalisis sehingga ditemukan jawaban dari permasalahan yang diteliti. Penelitian ini dilakukan penarikan kesimpulan dengan menggunakan metode induktif yaitu penarikan kesimpulan yang berawal dari fenomena-fenomena yang ada dilapangan yang bersifat khusus kemudian dijabarkan kedalam hal-hal yang bersifat umum, tujuannya agar maksud dan hasil penelitian dapat dipahami dengan mudah.

BAB 5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi yang digunakan oleh paguyuban Kaola Mandiri adalah Saluran distribusi tidak langsung dan saluran distribusi langsung. Saluran distribusi tidak langsung yang digunakan adalah : Petani → Paguyuban Kaola Mandiri → Pengecer → Konsumen akhir. Saluran ini digunakan untuk membantu memasarkan produk untuk wilayah lokal Jember dan luar kota. Saluran ini sangat efektif bagi paguyuban, karena transaksi terjadi setiap hari sehingga menghindari penumpukan barang digudang dan meminimalisir kerugian akibat barang tidak laku dan dari hasil penjualan yang terjadi dapat membantu perputaran arus kas milik paguyuban. Saluran Distribusi langsung yang digunakan paguyuban adalah : Paguyuban Kaola Mandiri → Konsumen. Saluran ini digunakan untuk produk *blanching* dan jamur mekar. Berdasarkan perhitungan margin pemasaran yang dilakukan bahwa saluran distribusi yang digunakan adalah menguntungkan bagi setiap lembaga distribusi yang menjalankan fungsi-fungsi saluran distribusi.

5.2 Saran

1. Paguyuban bisa menetapkan target penjualan maksimal agar kemakmuran dari anggota tani lebih baik lagi karena keuntungan yang didapat juga dapat bertambah.
2. Alangkah lebih baik paguyuban melakukan proses promosi. Walaupun pemasaran yang dilakukan sudah baik dan dapat menyebar didalam kota maupun dibeberapa kota tetapi paguyuban mempunyai peluang bagus untuk memasarkan ke luar kota yang belum pernah membeli ataupun bisa juga ekspor keluar negeri.
3. Kereta api bisa mnejadi alternatif transportasi yang bisa digunakan oleh paguyuban Kaola Mandiri dalam memasarkan produk keluar kota. Karena produk bisa sampai tepat waktu dan ongkos kirim yang dikeluarkan lebih murah.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, A. 2009. *Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pocari Sweat Pada UD. Borobudur Jombang*. Jombang: STKIP PGRI.
- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Basu Swastha, Dharmestha dan Irawan, 2012, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty
- Budiman, Daniar A. 2010. *Pengaruh Saluran Distribusi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Indogrosir Bandung*. Bandung: Univ. Widyatama
- Danang, Sunyoto. 2013. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : CAPS.
- Domestikasi Jamur di Indonesia. <https://www.pertanianku.com/> . Diakses 21 April 2018
- Gunakan Inovasi Baru Tingkatkan Hasil Produksi. <https://jemberkab.go.id/> . Diakses tanggal 20 Febuari 2018.
- Hamidi. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian*. Malang: UMM Press.
- Info Umum Jamur Merang. <https://nicaturisma.wordpress.com>. Diakses 21 April 2018
- Iskandar. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kualitatif dan Kuantitatif)*. Jakarta: Gaung Persada Press.
- Jember University Press.2010. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Jember*. Jember: Jember University Press.
- Kabupaten Jember dalam Angka 2017. <http://jemberkab.bps.go.id/>. Diakses 21 April 2018.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Gramedia Pusat Utama.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi 13. Jakarta : Erlangga.
- Mayun, I.A.2007. *Pertumbuhan Jamur Merang (Volvariella volvaceae) pada Berbagai Media Tumbuh*. Jurusan Budidaya Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Udayana

- Moleong, L. J. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad Firdaus, 2009. *Manajemen Agribisnis*. Yang Menerbitkan PT Bumi Aksara : Jakarta.
- Nawawi, Hadari dan Martini. 2012. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada Universitas Press.
- Nazir, M. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Stanton, William J, 2012. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Sudiyono, A. 2002. *Pemasaran Pertanian*. UMM: Malang.
- Sugiyono, 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung:Alfabeta
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung:Alfabeta
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* .Cetakan ke-20. Bandung: Alfabeta
- Swastha, Basu. 1996. *Azas – Azas Marketing*. Edisi Ketiga. Yogyakarta : Liberty.
- Swastha, Basu. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : BPFE.
- Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, Yogyakarta: ANDI
- Wiretnowati, W. 2002. *Evaluasi saluran distribusi pada PT. Zebra Agrindo Utama Jember*. Skripsi. Jember. Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- Yuliawati. 2016. *Topik Ekologi Jamur Putih*. PPS UNPAD. Bandung.

Lampiran 1**PEDOMAN WAWANCARA**

Informan 1 : Riyanto/ Ketua Paguyuban

1. Gambaran Umum Perusahaan
 - a. Bagaimana sejarah singkat terbentuknya Paguyuban Kaola Mandiri?
 - b. Asal nama Kaola Mandiri dari mana?
 - c. Tahun berapa terbentuknya paguyuban?
 - d. Berapa jumlah anggota tani paguyuban?
 - e. Produk apa yang dihasilkan oleh petani paguyuban?
2. Implementasi Saluran Distribusi
 - f. Bagaimana proses distribusi dari paguyuban ke pengecer?
 - g. Wilayah pemasaran kemana saja?
 - h. Pakai transportasi apa untuk menyalurkan jamurnya?
 - i. Alasan menggunakan pengecer?
 - j. Harga jual ditetapkan berdasarkan perhitungan apa?
 - k. Apakah ada kendala pendistribusian jamur?
 - l. Adakah kebijakan dari paguyuban untuk petani dan pengecer?

Informan 2 : Pak Sugiri (Bagian Pemasaran)

- a. Sudah berapa lama bekerja?
- b. Cerita awal masuk paguyuban ?
- c. Ada kendala atau tidak selama proses pemasaran?
- d. Kemasan pendistribusian ke pengecer bagaimana?
- e. Berapa ongkos kirim ke luar kota?

Informan ke 3 : Pak Iwan (Petani)

- a. Berapa lama bergabung?
- b. Kenapa memilih bergabung dengan paguyuban?
- c. Berapa harga jual jamur ke paguyuban?

- d. Bagaimana proses budidaya jamur merang?
- e. Bagaimana proses distribusi ke paguyuban?
- f. Kemasan saat distribusi produk?
- g. Pernah gagal proses bertani?

Informan ke 4 : Bu Maria (Pedagang)

- a. Sudah berapa lama jualan?
- b. Alasan membeli jamur di paguyuban Kaola Mandiri?
- c. Harga jual ?
- d. Tempat jualan dimana?
- e. Proses membeli jamur?
- f. Proses penjualan ke konsumen?

Informan ke 5 : Safira (Konsumen)

- a. Alasan membeli produk ke pengecer dari paguyuban
- b. Kualitas jamur bagaimana?
- c. Harga beli jamur berapa?

Informan ke 6 : Bu Eni (Konsumen)

- a. Sudah berapa tahun berlangganan?
- b. Harga beli berapa?
- c. Membeli produk apa?

Informan ke 7 : Pak Rahmat (Petani yang tidak bergabung di paguyuban)

- a. Sudah berapa lama budidaya jamur?
- b. Berapa kapasitas kumbung yang dimiliki?
- c. Proses pemasaran?
- d. Harga jual?
- e. Alasan tidak bergabung dengan paguyuban atau kelompok tani?

Lampiran 2

Transkrip Wawancara

Informan 1 : Pak Riyanto
Jabatan : Ketua paguyuban
Tempat Wawancara : Kantor Kesekretariatan Rambipuji
Tanggal Pengamatan : 18 Juli - 30 November 2018
Topik wawancara : Berkaitan dengan gambaran umum Kaola Mandiri dan strategi saluran distribusinya

Peneliti : Tahun berapa paguyuban Kaola Mandiri didirikan pak ?

Pak Riyanto : 2004

Peneliti : Awal terbentuknya gimana ?

Pak Riyanto : Awalnya diberi ide oleh bapak Yuda. Beliau tetangga saya bekerja sebagai Manajer di Mitsubishi. Karena tahu saya petani jamur, saya diberi saran agar membentuk sebuah kelompok tani jamur merang supaya jika ada masalah bisa diselesaikan bersama-sama dan bisa memperoleh keuntungan yang lebih besar. Akhirnya saya mengajak beberapa rekan petani membentuk paguyuban Kaola Mandiri ini,

Peneliti : Apa perubahan yang dirasakan setelah membentuk paguyuban ini bagi bapak ?

Pak Riyanto : Jadi paguyuban ini dibentuk sebagai wadah bersolusi untuk tehnik budidaya, jadi kita bisa *share* jika ada tehnik baru yang lebih menguntungkan ke sesama anggota, kedua untuk mengetahui perawatan yang benar terhadap jamur merang karena masih banyak anggota tani yang baru belum terlalu paham bagaimana perawatan yang benar terhadap jamur dan sosialisasi tehnik Satu Pintu untuk anggota yang bergabung

Peneliti : Yang dimaksud Satu Pintu itu apa pak?

Pak Riyanto : Jadi kami menyediakan bibit jamur dan jerami untuk petani tapi petani tidak usah membayar, jadi nanti setelah panen petani bayar

ke paguyuban dengan jamur hasil panennya. Nah maksudnya satu pintu itu mulai dari keluarnya bibit sampai proses penjualannya harus melalui satu pintu yaitu paguyuban

Peneliti : Penerapan satu pintu tujuannya apa sih pak?

Pak Riyanto : Ini kami lakukan untuk tetap menjaga kualitas produk kami, dari bibit sampai hasil panen kan kami bisa pantau

Peneliti : Lalu kenapa dinamakan Kaola Mandiri ?

Pak Riyanto : Anggota kami mayoritas berbahasa madura, maka dari itu saya ambil kata Kolat dari bahasa madura yang artinya jamur lalu kita sempurnakan menjadi Kaola. Kalau mandiri ya berdiri sendiri tanpa bantuan dari pihak luar. Maka dari itu kami mengadakan pertemuan 2x sebulan untuk pembayaran uang kas sebagai modal beli bibit dll ataupun sekedar pemecahan masalah yang dialami oleh petani kami

Peneliti : Ada berapa jumlah anggota tani sekarang pak ?

Pak Riyanto : 47 orang, itupun bisa berkurang ataupun bertambah. Sebab kan ada petani yang keluar ingin mandiri. Kalau yang baru bergabung biasanya kebanyakan tahu dari anggota tani kami, kemudian ingin bergabung.

Peneliti : Anggota tani dari mana saja pak ?

Pak Riyanto : Jadi paguyuban ini membagi wilayah kerja menjadi 4 bagian, di 4 titik ini kami tempatkan sub kantor. Jadi untuk petani yang jauh-jauh seperti silo kan tidak repot harus ke Rambi dulu mbak untuk ngambil bibit jamur maupun setor hasil panen jamurnya. Jadi juga untuk pengecerpun bisa langsung ngambil jamur di sub kantor yang tersedia.

Peneliti : Dimana saja itu pak?

Pak Riyanto : Di wilayah Jember Utara melayani petani dan pengecer disekitar Panti dan Serut. Lalu di wilayah Jember Timur sekitar : Arjasa, Jember Kota, Mumbulsari, Sempolan dan sekitarnya. Di wilayah Jember Selatan sekitar Wuluhan, Sabrang, Puger dan Perbatasan

Lumajang dan di wilayah Jember Barat sekitar Rambipuji, Tanggul, Mangli dan Balung bisa ngambil dipaguyuban.

Peneliti : Untuk anggota baru itu biasanya siapa yang ngasih tahu (proses budidaya)?

Pak Riyanto : Paling tidak kita ada tim pendamping, jadi pemula itu bukan berarti dia harus mengawali gagal dulu. Jadi orang-orang pemula itu didampingi oleh kami paling tidak dari pembuatan sampai pasca panen. Otomatis yang mendampingi adalah orang-orang senior, ada tim nya.

Peneliti : Jamur apa yang dihasilkan oleh paguyuban pak?

Pak Riyanto : Jamur merang, di paguyuban mempunyai tiga jenis jamur merang: jamur merang putih, jamur merang semi putih, jamur merang hitam. Nah, jamur merang semi putih ini merupakan produk baru dari paguyuban mbak.

Peneliti : Motifnya apa membuat produk baru?

Pak Riyanto : Awalnya cuma jual jamur putih dan jamur hitam terus pedagang banyak yang ngeluh kalau daya tahan dari jamur merang putih kesegarannya tidak bertahan lama dan warnanya cepat menguning. Mangkanya paguyuban berinisiatif melakukan eksperimen pada bibit, setelah dicoba beberapa kali akhirnya terciptalah bibit baru yang menghasilkan jamur semiputih ini

Peneliti : Jadi apa yang membedakan jamur semi putih dengan jamur lain pak?

Pak Riyanto : Warna jamur tidak akan berubah menguning, bentuk dari jamur semi putih lebih besar daripada jamur putih. Perbedaan jamur putih dan jamur semi putih terletak pada jenis bibitnya saja. Tahap budidaya maupun perlakuan perawatan pada semua jamur adalah sama.

Peneliti : Kira-kira butuh modal berapa sih pak untuk bertani jamur?

Pak Riyanto : Kalau dihitung per 1 kumbung dengan ukuran 3x4 ini butuh 1 log jamur itu Rp 30.000, 2 pickup jerami Rp 300.000, satu kubik kayu

buat proses pasteurisasi mbak Rp 100.000 dan ongkos tenaga kerja ya dihitung Rp 150.000 lah. Sekitar Rp 580.000

Peneliti : Lalu proses distribusi jamurnya bagaimana pak?

Pak Riyanto : Kami ada pengecer, jadi setiap hari sekitar jam 14.00-16.00 sore mereka datang ngambil jamur langsung ditimbang dan masuk pembukuan mbak, ada yang hutang ada yang cash, jadi petani setor hasil panen, saya hitung jumlahnya berapa lalu saya bagi hasil setoran petani sebanyak pengecer yang saya punya. Jadi semua biar kebagian mbak.

Peneliti : Jadi pengecer jualan tergantung hasil panen petani nggeh pak?

Pak Riyanto : Iya, meskipun seandainya pengecer A mampu jualan 40kg tapi kalau hasil petani tidak mencukupi ya saya beri dibawahnya, kalau petani lagi subur hasilnya ya saya kasih semampunya pengecer jual. Kalau ada over dan sudah menjelang hari ketiga otomatis untuk mengamankan jamurnya harus diblanching. Blanching itu karakternya hanya untuk menyelamatkan barang. Dan produk blanching itu sudah ada yang pesan. Biasanya PT-PT

Peneliti : Proses blanching jamur itu bagaimana pak?

Pak Riyanto : Didihkan air terlebih dahulu, lalu masukkan jamur kedalam air yang sudah mendidih tadi. Kurang lebih 10-15 menit kira-kira sampai air mendidih kembali. Kalau sudah mendidih matikan kompor dan beri garam. Kita proses pegawetannya alami, tidak pakai bahan pengawet yang berbahaya.

Peneliti : Kemasan kirim pakai apa pak untuk blanching?

Pak Riyanto : Pakai timba,

Peneliti : Jadi pengecer ambilnya hanya produk segar ya pak? Di PT itu diolah kembali pak?

Pak Riyanto : Iya pengecer hanya ambil produk segar. Kalo di PT itu dirapikan jadi standing pot atau produk kaleng,

Peneliti : Kenapa memilih Rambipuji sebagai kantor dari paguyuban?

- Pak Riyanto : Saya milih Rambipuji sebagai kantor kesekretariatan karena merupakan pembentukan awal nama Kaola Mandiri dan awal terbentuknya kelompok ini. Selain itu juga untuk pengiriman keluar kota lebih mudah karena dekat dengan transportasi umum karena letak kantor dekat dengan jalan raya utama
- Peneliti : Paguyuban apa kirim keluar kota juga pak?
- Pak Riyanto :Iya, ke PT. Surya Jaya (Probolinggo), PT. Etika (Malang), PT. Surya Pratama (Surabaya), Salom (Jogjakarta), Bali, Banyuwangi. Kalo ke PT biasanya order produk blanching, produk blanching dibagi menjadi 3: hole, slice,sama bulat, mungkin gitu. Kalo yg di unfiel itu mungkin ada pt lain yg memang fokusnya disitu, unfiel itu berbentuk dalamnya saja, kulitnya dibuang. Tetapi tetap saya dapat pesanan itu dari pedagang, jadi yang dapat order mereka, tp yang suplay barang kami.
- Peneliti : Pakai transportasi apa biasanya?
- Pak Riyanto : Kalau untuk pengiriman ke pabrik atau keluar kota yang mencapai 1 ton atau lebih biasanya ya saya pakai pick up, kalo pesanan yang cuma 1 kuintal pakai pick up saya bisa rugi, mangkanya saya bekerja sama dengan beberapa bus untuk pengiriman luar kota, biasanya 2 bus kloter terakhir yang saya sewa seperti Mila, Tentrem, Restu sama Gunung Harta
- Peneliti : Kenapa tidak jual produk blanching saja semuanya pak? Kan harganya lebih mahal daripada yang segar?
- Pak Riyanto : Karena untuk perputaran uang modal mbak, kalau penjualan jamur segar dilakukan setiap hari, nanti uangnya bisa buat beli ulang bibit dan media, soalnya petani ngambil bibit dan media dari paguyuban kan hutang, mereka bayar setelah panen dibayar pakai jamur, kalo untuk produk blanching kita buat untuk menyelamatkan jamur dan ketika ada yang pesan. Dan yang *order* juga sewaktu-waktu, jadi perputaran modalnya lebih cepat ke yang segar

Peneliti : Kenapa paguyuban tidak menjual produk segar langsung ke konsumen pak? Kenapa menggunakan pengecer?

Pak Riyanto : Kewalahan saya mbak kalau jual sendiri ke konsumen, dengan hasil produk dari petani sebanyak itu dan harus cepat di distribusikan kan karena masa segar jamur hanya sampai 2 hari, mangkanya kami menjual barang membutuhkan pengecer agar barang tidak menumpuk dikami. Untuk mempersingkat waktu juga, jadi jika pakai pengecer produk kami bisa disebarluaskan dengan cepat juga diberbagai daerah tanpa kami harus mengeluarkan biaya tambahan

Peneliti : Umur kesegaran 2 hari itu dihitung dari pas metik apa gimana?

Pak Riyanto : Dari setelah pasca panen, maksimum harus sudah laku sampai 2 hari. Sebab dalam kurun pertumbuhan jamur itu kan menjadi 3: ada stadia kancing kecil, stadia kancing besar, dan pinhet setelah pinhet ini ke tudung. Padahal waktu kita petik itu di stadia kancing besar, itu kan masih menuju ke pinhet dan tudung. Setelah tudung kan mekar. Mekar pun masih laku. Kalau sudah jamurnya mekar, paling lama bertahan 4 jam sudah hancur. Sudah melalui beberapa tahap/fase. Dari stadia kancing besar itu ke pinhet paling tidak membutuhkan waktu 6 jam, dari pinhet ke tudung itu juga 6 jam. Jadi 6+6 kan masih 12 jam ya, satu hari satu malam. Nah setelah itu menjelang hari ketiganya jika ada kemungkinan barang tidak laku maka kami blanching.

Peneliti : Jadi petani metik dari stadia kancing besar?

Pak Riyanto : Dari kami sudah menganjurkan kepada petani untuk metik pada stadia kancing besar jangan sampai ke pinhet. Kita dalam pendampingan sudah membiasakan petani untuk memetik pada stadia kancing besar. Kalau toh nanti ada yang terlewat panennya, kita masih terima tapi dengan harga yang berbeda. Otomatis petani nanti juga mikir nanti kalau panen dalam keadaan sudah pinhet harganya lebih turun, dari 15.000 menjadi 10.000.

- Peneliti : Pada saat penjualan kepada pengecer, kemasannya bagaimana pak?
- Pak Riyanto : Biasanya mereka bawa karung atau plastik. Terserah apa saja yang penting dikasih lubang supaya ada udara masuk.
- Peneliti : Untuk harga jual itu ditetapkan berdasarkan apa pak?
- Pak Riyanto : Ya kita lihat harga pasar juga lihat patokan dari biaya produksi. Di paguyuban kami mempunyai prinsip bahwa harga kami boleh naik tapi tidak boleh turun mbak.
- Peneliti : Kalau nanti seandainya produksi jamur sedang banyak nih pak, biasanya harga jual cenderung akan lebih rendah dari harga normal biasanya kan pak? Nah dipaguyuban sendiri gimana pak?
- Pak Riyanto : Walaupun barang sedang banyak ataupun langka, kalau kita sudah berpatokan harga segitu ya sudah harga tidak akan turun mbak. Kalau naik, boleh.
- Peneliti : Apa tidak takut barang tidak laku pak? Selama ini gimana? Apa ada barang macet?
- Pak Riyanto : Alhamdulillah selama ini kami belum menemui kendala barang tidak laku karena terlalu mahal, karena kita menaikkann harga pun melihat patokan harga pasar,
- Peneliti : Berapa harga jamur merang untuk saat ini dari paguyuban ke pengecer pak?
- Pak Riyanto : Jadi jamur merang putih dan semi putih segar saya kasih harga Rp. 18.0000/kg, jamur putih dan semi putih blanching kami jual dalam 2 bentuk, bentuk utuh saya jual harga Rp. 35.000/kg untuk jamur yang dibagi menjadi 2 bagian saya kasih harga Rp. 40.000/kg lalu untuk jamur hitam memang lebih mahal mbak, jamur segar saya hargai Rp. 20.000/kg, untuk blanching jamur hitam bentuk utuh RP. 40.000/kg, bentuk bagian dalam Rp. 45.000/kg.
- Peneliti : Ada kebijakan apa tidak pak untuk petani ataupun untuk pedagang?

Pak Riyanto : Kalau untuk petani kami biasanya tidak membolehkan petani menjual langsung kepada konsumen, jika ketahuan maka akan di keluarkan dari paguyuban. Hasil produksi berapapun dari petani pasti kami terima, kami tidak mematok petani harus setor jamur berapa. Lalu setiap perkumpulan petani menerima materi secara gratis, tidak dipungut biaya. Itu juga merupakan fasilitas yang paguyuban sediakan untuk petani yang baru gabung, pendampingan oleh sub budidaya dari paguyuban.

Peneliti : Di dokumen yang saya pinjam, saya mencatat hasil produksi dari paguyuban kenapa setiap bulan naik turun ya pak? Penyebabnya apa?

Pak Riyanto : kami tidak terlalu memaksakan para petani buat menanam setiap hari, tergantung petaninya sedang ingin menanam apa tidak. Jadi paguyuban mendistribusikan jamur sesuai hasil panen anggota paguyuban, yang penting para anggota tani tercukupi kebutuhannya dari keuntungan yang mereka dapatkan

Informan 2 : Pak Sugiri
Jabatan : Seksi Pemasaran
Tempat Wawancara : Kantor Kesekretariatan Rambipuji
Tanggal Pengamatan : 18 November 2018
Topik wawancara : Berkaitan dengan distribusi produk yang dilakukan oleh paguyuban

Peneliti : Sudah berapa lama pak Giri gabung sama paguyuban?
Pak Sugiri : Kurang lebih 8 tahun mbak
Peneliti : Gimana awal masuk paguyuban pak?
Pak Sugiri : Awalnya saya disini kan pendatang, kerjaan masih serabutan, lalu diajak mas Yanto gabung, disewakan tempat dan di kasih modal lalu saya yang ngelola dan keuntungannya diambil saya.
Peneliti : Berarti awalnya bapak jadi petani juga?
Pak Sugiri : Iya, lalu saya jadi bagian pemasaran sekitar 6tahun.
Peneliti : Biasanya ada kendala tidak pak untuk distribusi produknya?
Pak Sugiri : Kalau jamur itu tidak ada kendala selama ini pemasarannya,
Peneliti : Lalu untuk kemasan waktu didistribusikan seperti apa pak?
Pak Sugiri : Kalau pengecer membawa kantong plastik sendiri mbak, atau karung juga bisa
Peneliti : Kalau untuk keluar kota, kemasannya bagaimana pak?
Pak Sugiri : Pakai *wareng* tempatnya *brambang* itu, tahu kan ? yang merah kayak jaring-jaring itu, di *angin-angini* mbak biar gak busuk, biasanya buat pengiriman seperti di Jogja, Solo, Ngawi, Malang pakai gitu lah
Peneliti : Berapa biaya ongkos kirim untuk jamurnya pak?
Pak Sugiri : Rp. 30.000/20kg berlaku kelipatannya mbak.

Informan ke 3 : Pak Iwan
Status : Petani
Tempat wawancara : Kantor Paguyuban Kaola Mandiri di Rambipuji
Tanggal Pengamatan : 20 Juli – 30 November 2018
Topik wawancara : Berkaitan dengan proses bertani
Proses Distribusi
Keuntungan bergabung dengan paguyuban

Peneliti : Sudah berapa lama gabung di paguyuban?

Pak Iwan : Kurang lebih 4 tahun

Peneliti : Awalnya dari mana tahu budidaya jamur?

Pak Iwan : Tahunya dari teman lagi proses, terus iseng ikut lihat-lihat kok enak dari segi penghasilannya enak, jadi nyobak

Peneliti : Kenapa memilih gabung dengan paguyuban? Kenapa tidak menjual sendiri? Mungkin dari modal atau dari segi kemudahan nyari bibit dan media?

Pak Iwan : Iya emang dari situ, jadi saya itu istilahnya kalo gabung dengan paguyuban kayak yang instan. Kayak misalkan bahan bakunya , tim jerami nya emang sudah dari ketua paguyuban, terus seperti bibit emang sudah diberi dari sini. Jadi seperti saya, petani kan tidak usah sibuk mencari pasar sendiri atau menjual jadi jaminan laku. Terus dari segi fisik juga saya tidak mampu soalnya sudah memproduksi setiap harinya, terus kita masih cari pasar sendiri jadi tidak mampu.

Peneliti : Jual jamur ke paguyuban dengan harga berapa?

Pak Iwan : Rp. 15.000/kg itu yang putih dan semiputih kalau yang hitam Rp. 17.000/kg

Peneliti : Tadi panen jam berapa pak?

Pak Iwan : Tadi panen siang jam 10, tidak pasti juga tergantung banyaknya yang dipanen, ya kalau banyak yang dipanen agak dipagikan soalnya kan ngejar waktu.

- Peneliti : Apa setiap hari menanam?
- Pak Iwan : Tidak, jadi jamur itu satu kali tanam bisa panen setiap hari?
- Peneliti : Satu kali bibit bisa panen berapa hari?
- Pak Iwan : Kurang lebih 20 hari masa panennya. 20-25 hari, lebih dari itu bonus lah itu. Cuman ada prosesnya itu.
- Peneliti : Bagaimana proses budidaya nya?
- Pak Iwan : Awalnya ya gini, jerami disiram dengan air lalu ditunggu 5 hari lagi,
- Peneliti : Kenapa harus ditunggu sampai 5 hari?
- Pak Iwan : Biar lapuk. Terus tumpukkan jerami dibalik, disiram dengan air satu kali lagi.
- Peneliti : Berarti 10 hari proses pengomposannya?
- Pak Iwan : Iya, terus dinaikkan ke kumbung. Lalu dibiarkan satu hari dan disiram lagi
- Peneliti : Naikkan jerami ke kumbung itu berapa banyak?
- Pak Iwan : Biasanya satu kumbung ukuran 3x4 dengan jumlah rak 15 itu 1,5 Rit jerami. Kemudian besoknya dipasteurisasi
- Peneliti : Pasteurisasi itu tujuannya apa?
- Pak Iwan : Kalau ada jerami yang tidak matang itu kan kalo di oven bisa rata matangnya.
- Peneliti : Berapa lama proses pasteurisasinya?
- Pak Iwan : Dihitung dari naiknya suhu air sudah mencapai 55°-65° itu dipasteurisasi selama 5 jam. Didiamkan sehari, besoknya tabur benih, lalu ditutup. Masa isolasi itu, 5 hari.
- Peneliti : Terus proses casingnya kapan?
- Pak Iwan : Setelah menaikkan jerami ke kumbung itu, sesudah disiram di casing.
- Peneliti : Cara tabur benihnya gimana?
- Pak Iwan : 1 log jamur dihancurkan lalu ditabur dah. Terus proses isolasi 5 hari, setelah isolasi ventilasi dibuka agar udara masuk selama 5 hari. Kemudian panen

- Peneliti : Cara panen nya gimana?
- Pak Iwan : Dipetik
- Peneliti : Pasca panen, sebelum disetorkan produknya itu dipilah-pilah dulu apa langsung disetorkan semuanya?
- Pak Iwan : iya di berikan semua, cuma yang dipilah yang mekar saja. Mungkin yang seharusnya dipanen sekarang itu telat panennya itu sampai besok baru dipanen itu beda harga. Lebih murah
- Peneliti : Yang mekar disetor juga?
- Pak Iwan : iya disetor sini juga, sama mekarnya juga mau sini
- Peneliti : berapa kalau yg mekar harganya?
- Pak Iwan : 10.000/kg
- Peneliti : jadi tidak ada ketentuan harus setor berapa dari paguyuban?
- Pak Iwan : tidak, namanya juga tumbuhan kan tidak selalu sama. Kalau pas lagi bagus ya banyak,
- Peneliti : Kalau setor jamur ke paguyuban di bungkus apa?
- Pak Iwan : Kadang plastik kadang karung
- Peneliti : Pernah gagal tidak pak proses tani jamurnya?
- Pak Iwan : Alhamdulillah kalau gagal total tidak pernah, cuma tidak dapat untung pernah.
- Peneliti : Kira-kira apa penyebabnya?
- Pak Iwan : Kondisi jerami kurang bagus waktu itu, padi nya diserang penyakit jadi jeraminya sebenarnya tidak boleh dipakai.
- Peneliti : Berapa kali pak pernah tidak untung?
- Pak Iwan : Cuma sekali mbak, karena waktu itu saya masih baru jadi masih kurang paham dan tidak bisa membedakan jerami yang bagus sama tidak.
- Peneliti : Memang ciri-ciri jerami yang jelek bagaimana pak?
- Pak Iwan : Dari warna daunnya sudah menghitam juga cepat lapuk, kalau jerami yang bagus warnanya kuning mbak.
- Peneliti : Bibit dengan media kan disediakan paguyuban ya pak? Yang disediakan sendiri oleh bapak apa saja?

Pak Iwan : Yang kita sediakan dari pribadi yaitu rumah jamur bentuknya persegi kayak gubuk gitu mbak lalu dindingnya terbuat dari anyaman bambu ataupun kain yang bisa dibuka tutup, lalu ada kumbung jamur berbentuk susunan rak yang digunakan untuk media tanam dari jamur.



Informan ke 4 : Bu Maria
Status : Pedagang
Tempat Wawancara : Kantor Paguyuban Kaola Mandiri di Rambipuji
Tanggal pengamatan : 07 Agustus – 30 November 2018
Topik wawancara : Berkitan dengan pemasaran

Peneliti : Sudah berapa lama jualan bu?
Bu Maria : Sudah 9 tahun
Peneliti : Kenapa beli jamur di paguyuban Kaola Mandiri bu? Kenapa tidak ke pengepul lain?
Bu Maria : Karena jamur di sini selalu ada, kalau di kelompok lain kadang hari ini ada kadang besok tidak ada, jadi tidak pasti dapat jamurnya. Kalau disini saya pasti kebagian. Selain itu memang saya jualan jamur ini di ajari sama pak Yanto, diajak gitulaj. Jadi ya sudah disini terus belinya.
Peneliti : Jual jamur apa buk?
Bu Maria : Jamur merang sama tiram
Peneliti : Jualannya dimana?
Bu Maria : Di pasar tanjung mbak
Peneliti : Harga jamur merangnya berapa per kilo?
Bu Maria : 22.000/kg yang putih sama semi putih, kalau yang hitam 24.000/kg
Peneliti : Ambil jamur jam berapa biasanya?
Bu Maria : Biasanya jam-jam segini ini, habis ashar.
Peneliti : Jualannya pukul berapa?
Bu Maria : Jam 2 itu udah siap-siap, jam 4 sore berangkat dah
Peneliti : Sebelum dijual apa dipilah-pilah dulu? Misal yang besar-besar dipisahin sama yang kecil-kecil atau gimana?
Bu Maria : Tidak mbak, saya beli kan sudah terima jamur yang bagus-bagus, tidak dibedakan antara yang besar atau kecil tapi biasanya ya ada

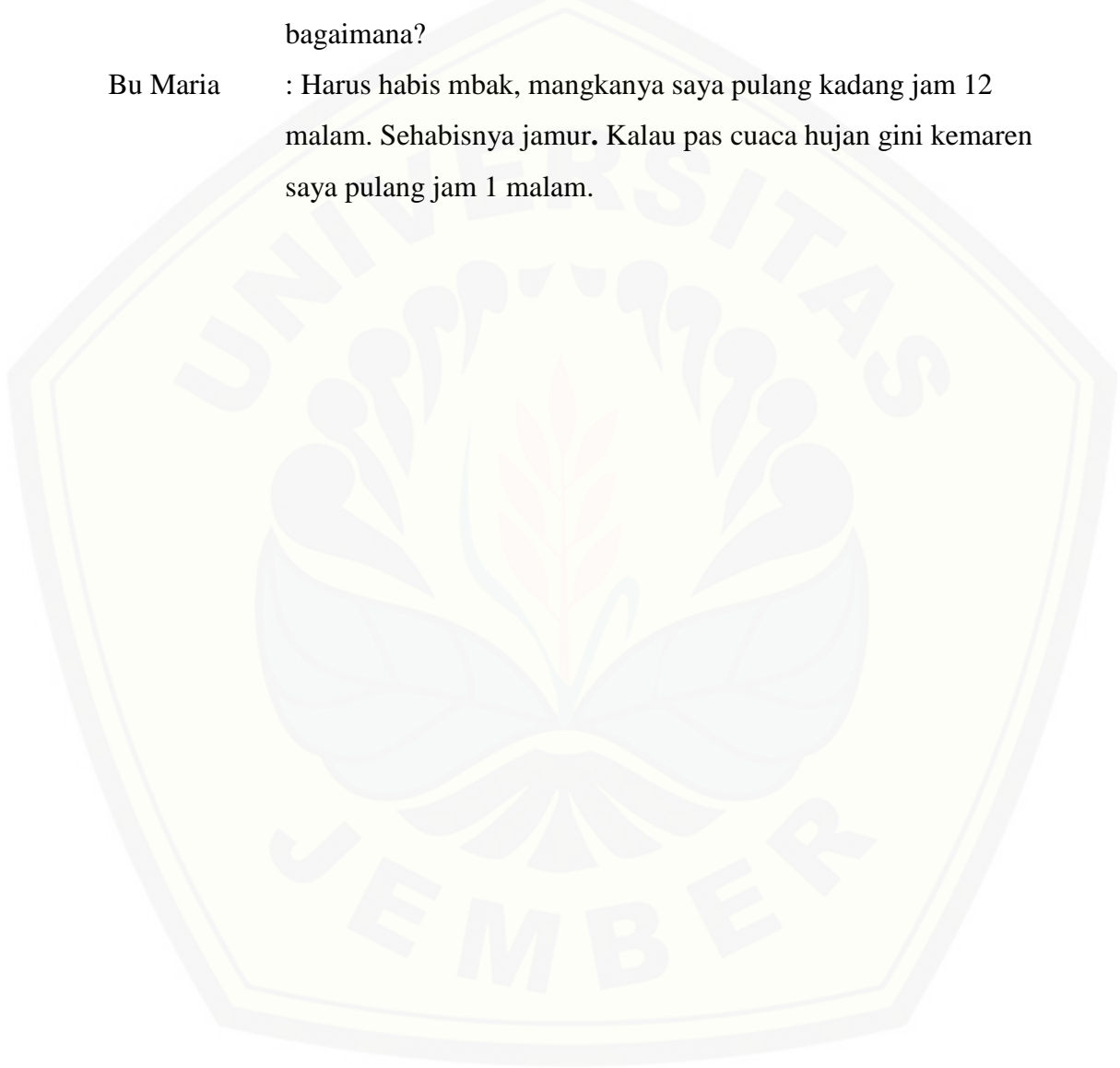
pembeli yang rewel pengen yang besar-besar saja, ya tidak apa-apa saya kasihkan

Peneliti : Tapi harganya sama?

Bu Maria : Sama saja

Peneliti : Biasanya dagangan habisnya jam berapa? Kalau tidak habis bagaimana?

Bu Maria : Harus habis mbak, mangkanya saya pulang kadang jam 12 malam. Sehabisnya jamur. Kalau pas cuaca hujan gini kemaren saya pulang jam 1 malam.



Informan ke 5 : Safira
Status : Konsumen (sebagai triangulasi)
Tempat Wawancara : Pasar Tanjung
Tanggal Wawancara : 01 Desember 2018
Topik Wawancara : terkait pengalaman konsumen membeli produk jamur di pengecer paguyuban

Peneliti : Sering beli jamur disini mbak?
Konsumen : Enggak juga sih, sekali-kali aja
Peneliti : Kenapa beli disini mbak? Tahu darimana?
Konsumen : Awal dulu kebetulan pas lewat kelihatan jamur nya disini, jamur nya bagus, tidak kuning warnanya dan tidak basah. Jadi kalau beli jamur seringnya disini
Peneliti : Beli jamur apa?
Konsumen : Merang putih
Peneliti : Beli berapa mbak?
Konsumen : Saya beli setengah kilo harganya 11.000 mbak


Informan ke 5 : Bu Eni
Status : Konsumen (sebagai triangulasi)
Tempat Wawancara : Paguyuban Kaola Mandiri
Tanggal Wawancara : 01 Desember 2018
Topik Wawancara : terkait pengalaman konsumen membeli produk jamur paguyuban

Peneliti : Sudah berapa tahun beli produk dipaguyuban bu?
Konsumen : Kurang lebih 5 tahun mbak
Peneliti : Beli yang bentuk apa?
Konsumen : Ya semua
Peneliti : Sering order disini ya bu?
Konsumen : Tidak mesti, saya kan juga punya kenalan pengepul mbak di Banyuwangi jadi kalau ada yang kurang, yang kurangnya saya ambil di pak yanto
Peneliti : Dapat harga berapa bu ?
Konsumen : Saya beli *blanching* yang putih dan semiputih slice itu dapat harga Rp. 40.000/kg, untuk yg bulat 35.000/kg. Kalau yang hitam bulat Rp. 40.000/kg, yg unfiel itu 45.000/kg
Peneliti : Untuk ongkos kirimnya apa ditanggung ibu?
Bu Eni : Iya, ongkos kirimnya sekitar 30.000/20kg mbak

- Informan ke 6 : Pak Rahmat
- Status : Petani yang tidak bergabung dipaguyuban (sebagai triangulasi)
- Tempat Wawancara : Dirumah Pak Rahmat
- Tanggal Wawancara : 30 November 2018
- Topik Wawancara : terkait keuntungan/kerugian tidak bergabung dengan paguyuban
-
- Peneliti : Sudah berapa lama budidaya jamur?
- Pak Rahmat : Untuk budidaya jamur kurang lebih dua tahun
- Peneliti : Motivasinya apa budidaya jamur?
- Pak Rahmat : Waktu itu kebetulan ikut temen sedang proses jamur, ada ketertarikan jadi iseng-iseng nyoba. Kebetulan juga sesuai dengan kesukaan atau keminatan dari saya jadi saya coba alhamdulillah bisa berjalan. Saya lihat juga ada prospek kedepannya jadi ya saya tekuni
- Peneliti : Punya berapa kapasitas?
- Pak Rahmat : Masih 1 kumbung
- Peneliti : Terus memperoleh bibitnya dari mana?
- Pak Rahmat : Kalau untuk bibit awal saya beli diteman, disitu
- Peneliti : punya pasar sendiri untuk jamurnya pak?
- Pak Rahmat : Kalau untuk pemasaran memang saya sendiri masarkan sendiri dipasar, jadi hasil panen saya sendiri saya jual sendiri dan selalu habis
- Peneliti : Jualnya masih segar apa ada yang diolah?
- Pak Rahmat : Kebetulan untuk saat ini dalam bentuk segar, jadi hasil panen langsung dijual dipasar jadi masih belum olahan
- Peneliti : jualnya kiloan atau plastikan pak?
- Pak Rahmat : ada yang kiloan ada yang kemasan plastik ons ons-an, jadi tergantung pembelinya mintanya yang bagaimana. Cuma

- kebanyakan untuk pelanggan saya minat dibungkusi on-
ons an
- Peneliti : Berapa jualnya?
- Pak Rahmat : 20.000/kg
- Peneliti : Kalau yang plastik?
- Pak Rahmat : Yang plastik juga diambil sama, biar langganan terus beli di saya
- Peneliti : Tidak ada keinginan untuk bergabung dipaguyuban pak?
- Pak Rahmat : Sebenarnya ingin, cuma untuk harga jualnya enak dijual sendiri karena harganya bisa jauh lebih tinggi sedangkan kalau dipaguyuban hitungannya dipengepul, harga sesuai dipengepul bukan harga di pasar nah jadi ya memang untung tapi sedikit. Na kalau kita jual sendiri dipasar keuntungannya lebih besar. Memang sih ribet, kita harus jual sendiri ke pasar, capek dari segi tenaga dikuras. Dari proses tani, saya masih harus jual. Otomatis dari segi waktu istirahat juga kurang. Cuma ya karena kita disini mau membangun lebih besar lagi jadi ya kejar untung dulu. Toh hasil dari ini semua juga memuaskan

Lampiran 3



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Jl. Kalimantan 37 Jember, Telp (0331) 337818, 339385 Fax (0331) 337818
Email : penelitian.lp2m@unej.ac.id - pengabdian.lp2m@unej.ac.id

Nomor : 1974/UN25.3.1/LT/2018 8 Juni 2018
Perihal : Permohonan Ijin Melaksanakan Penelitian


Yth. Ketua
Paguyuban Petani Jamur Merang Kaola Mandiri Jember
Di
Jember

Memperhatikan surat dari Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember nomor 2208/UN25.1.2/LT/2018 tanggal 8 Juni 2018 perihal Permohonan Ijin Penelitian,


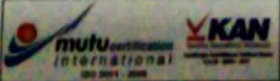
Nama : Nurul Firodoutil Jannah
NIM : 140910202047
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis
Alamat : Jl. Gajah Mada RT.001 RW.005 Rambipuji-Jember
Judul Penelitian : "Implementasi Saluran Distribusi Pada Paguyuban Petani Jamur Merang Kaola Mandiri Di Jember"
Lokasi Penelitian : Paguyuban Petani Jamur Merang Kaola Mandiri Jember
Jl. Airlangga Gg.VIII Kaliputih, Rambipuji-Jember
Lama Penelitian : 2 Bulan (25 Juni-30 Agustus 2018)

maka kami mohon dengan hormat bantuan Saudara untuk memberikan ijin kepada mahasiswa yang bersangkutan untuk melaksanakan kegiatan penelitian sesuai dengan judul tersebut diatas.

Demikian atas perhatian dan perkenannya disampaikan terima kasih.


a.n. Ketua
Dekan U.S.I.
Dr. Susanto, M.Pd.
NIP. 196306161988021001

Tembusan Yth
1. Dekan FISIP Universitas Jember;
2. Mahasiswa ybs. ✓
3. Arsip.



CERTIFICATE NO. QMS/173

Lampiran 4

PAGUYUBAN KAOLA MANDIRI
Jalan Airlangga gang 8 no.36 Rambipuji Jember
Telepon: 082331847118

SURAT KETERANGAN IJIN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa:

Nama : Nurul Firoudotil Jannah
Judul Skripsi : Implementasi Saluran Distribusi Pada Paguyuban Petani Jamur Merang Kaola Mandiri Di Jember
NIM : 140910202047
Fakultas/Prodi : FISIP/ Ilmu Administrasi Bisnis

Benar-benar telah melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi di Paguyuban Kaola Mandiri dengan judul sesuai di atas yang sudah dicantumkan, mulai tanggal 25 Juni-30 Agustus 2018 . Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 18 Juli 2018
Hormat Kami,
Ketua Paguyuban Kaola Mandiri


Riyanto



Lampiran 5

Dokumentasi Hasil Penelitian

Kumbung Jamur.



Rak Kumbung Yang Berisi Jamur Merang



Media Tanam Yang Digunakan Untuk Menanam Jamur (Jerami)



Alat Pasteurisasi



Proses Pemilahan Produk Pasca Panen.



Pendistribusian Produk Jamur Dari Petani Ke Paguyuban Kaola Mandiri



Proses Penimbangan Jamur di Paguyuban



Proses Pencatatan Jamur Yang Disetorkan Oleh Petani ke Paguyuban



Produk Jamur Hitam



Produk Jamur Semiputih



Produk Jamur Putih



Bibit Jamur Putih



Bibit Jamur Semiputih



Bibit Jamur Hitam



Pengecer Membeli Jamur Mendatangi Paguyuban



Penjualan Dilakukan Oleh Pengecer Ke Konsumen Pada Lapak Yang Dimiliki

