

# Analisis kreatif saluran pemasaran jamur tiram di kelurahan teratai

Uliya<sup>1\*</sup>, Reno Armando<sup>2</sup>, Enita<sup>3</sup>, Dina Yulasty Lamefa<sup>4</sup>  
Universitas Graha Karya Muara Bulian

<sup>1</sup>E-mail: uliyastip1974@gmail.com\*

## Abstrak

Besarnya permintaan jamur tiram dipasaran membuat pelaku usaha memiliki harapan yang besar untuk memperoleh pendapatan yang besar dari hasil budidaya jamur tiram seperti halnya Pondok Jamur Endang. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: untuk mengetahui strategi pemasaran produk jamur tiram. Mengetahui strategi pemasaran produk jamur tiram. Penelitian ini dilakukan di Pondok Jamur Endang, Kelurahan Teratai Kecamatan Muara Bulian. Hasil dari penelitian analisis pemasaran menunjukkan bahwa saluran pemasaran jamur tiram pada Pondok Jamur Endang terdapat empat saluran yaitu saluran I yakni pemasaran jamur tiram dari petani - konsumen akhir, saluran II yakni pemasaran jamur tiram dari petani – pengecer – konsumen akhir, saluran III yakni pemasaran jamur tiram dari petani - perantara – pengecer – konsumen akhir, dan saluran IV yakni pemasaran jamur tiram dari petani – pedagang besar - perantara – pengecer – konsumen akhir.

**Kata Kunci:** saluran, pemasaran, kreatif, jamur tiram

## Pendahuluan

Jamur tiram (*pleurotus ostreatus*) saat ini menjadi salah satu komoditas hortikultura yang dapat dibudidayakan dan memiliki prospek yang cukup cerah di Indonesia karena kondisi alam yang sangat mendukung serta permintaan pasar yang tinggi. Permintaan konsumen terhadap komoditas jamur tiram membuat peluang bisnis budidaya jamur tiram terbuka lebar. Bisnis jamur tiram dapat dilakukan mulai dari pengadaan bahan baku atau media tanam baglog jamur, pembibitan, pembudidayaan, pemasaran, dan bisnis olahan makanan berbahan dasar jamur tiram. Bisnis jamur tiram saat ini dan pada masa mendatang masih merupakan bisnis yang memiliki prospek sangat bagus, hal ini dikarenakan meningkatnya pemahaman

masyarakat akan pentingnya pola makan yang sehat dan bergizi serta permintaan pasar yang belum dapat terpenuhi dengan baik oleh produsen.

Besarnya permintaan jamur tiram dipasaran membuat pelaku usaha memiliki harapan yang besar untuk memperoleh pendapatan yang besar dari hasil budidaya jamur tiram seperti halnya “Pondok Jamur Endang” di daerah Kelurahan Teratai Kecamatan Muara Bulian.

Meskipun demikian produksi jamur masih belum mampu memenuhi permintaan konsumen yang disebabkan oleh berbagai permasalahan yang ada. Beberapa permasalahan yang diidentifikasi diantaranya adalah kurangnya pengetahuan pengusaha dalam budidaya jamur mulai dari persiapan bibit, baglog jamur, ketrampilan

dalam pengolahan hasil jamur tiram, kurangnya akses permodalan dan pengetahuan tentang proses perancangan strategi pemasaran yang tepat dan efektif.

budidaya jamur tiram menyangkut faktor penentu, antara lain lokasi dengan ketinggian dan persyaratan lingkungan tertentu, sumber bahan baku untuk substrak tanam, dan sumber bibit (kalau mungkin bibit unggul). Bagi para pemula yang baru akan memulai kegiatan budidaya jamur, sebaiknya tidak membuat substrat/log tanam sendiri karena hal ini memerlukan peralatan yang benar (antara lain alat untuk mensterilkan substrat/log tanam dengan kapasitas yang sudah dibakukan). Anjuran ini didasari alasan bahwa kegagalan dalam bentuk kontaminasi atau adanya pertumbuhan jamur asing yang tidak diharapkan serta dapat mendatangkan kerugian rata-rata lebih dari 35% bahkan banyak yang lebih dari 50%.

Padaahal menurut ketentuannya, nilai kontaminasi tersebut harus kurang dari 35%. Berdasarkan kondisi tersebut langkah yang paling baik dan aman bagi pemula adalah membeli log/ substrat tanam yang sudah diberi bibit dalam jumlah terbatas sesuai dengan kemampuan masing-masing. Log/substrat tanam tersebut kemudian dipelihara sesuai dengan ketentuan. Setelah itu, dilakukan analisis terhadap hasilnya. Jika sudah meyakinkan, barulah kegiatan-kegiatan berikut dilakukan sesuai dengan kebutuhan.

#### *Penyiapan Bangunan*

Bentuk dan ukuran bangunan disesuaikan dengan kebutuhan, misalnya disesuaikan dengan jumlah log/substrat tanam yang akan dipelihara. Untuk memelihara sekitar 500-1000 buah log/substrat tanam, diperlukan bangunan dengan ukuran (panjang, lebar, tinggi) 6 m x 4 m x 4 m. Bahan-bahan yang diperlukan berupa tiang, kasu, dan sebagainya terbuat dari bambu (misalnya bambu betung yang besar dan kuat) atau dari kayu yang sudah diawetkan. Atap maupun dinding bangunan sebaiknya dari bambu ataupun bahan lain yang tidak

cepat dirusak oleh adanya pertumbuhan serat jamur. Bahkan sekarang dinding bangunan dapat menggunakan lembaran plastik khusus berwarna gelap. Bahan-bahan yang diperlukan untuk rak/tempat pemeliharaan substrat tanam sebaiknya terbuat dari bambu tua agar tidak cepat rusak kalau ditumbuhi jamur. Jumlah dan tinggi rak tergantung pada tinggi ruangan pemeliharaan dan jumlah substrat tanam yang akan dipelihara.

#### *Pemeliharaan*

Pemeliharaan substrat tanam harus memperhatikan faktor lingkungan selama pertumbuhan bibit (serta/miselia seperti benang kapas), temperatur diatur antara 28-30 derajat celcius. Sementara untuk pertumbuhan tubuh buah jamur sampai panen, temperatur diatur antara 26-28 derajat celcius. Selama pertumbuhan bibit dan pertumbuhan tubuh buah, kelembapan udara diatur sekitar 90% karena kalau kurang (misalnya sekitar 80%) maka substrat tanam akan mengering. Agar kelembapan terjamin, lantai ruangan sebaiknya disiram air bersih pada pagi dan sore hari.

Pertumbuhan tubuh buah awal umumnya ditandai dengan adanya bintik-bintik serat berwarna putih yang makin lama makin membesar dan setelah selang beberapa hari akan tumbuh jamur kecil. Bila kondisi sudah seperti ini, tutup kapas dan leher paralon segera dipisahkan dari substrat tanam. Apabila substrat tanam yang sudah menghasilkan jamur sangat sedikit atau kecil-kecil, segera diganti secara keseluruhan dengan yang baru. Selang waktu antara penanaman pertama ke penanaman berikutnya misalnya 2-3 minggu, digunakan untuk membersihkan ruangan, rak, dan peralatan lainnya.

#### *Pemanenan*

Setelah jamur dipanen, bekas batang jamur dibersihkan dari substrat tanam karena kalau batang ini masih tersisa akan membusuk dan merugikan. Lembar kantong plastik diturunkan ke bawah agar jamur tumbuh lagi. Tergantung pada kandungan

## **Analisis kreatif persediaan usaha mikro kecil .....(Ainur Robbany, Fadilah, Abdillah, Bastomi)**

substrat tanam, bibit jamur, serta lingkungan selama pemeliharaan, pemanenan jamur dapat dilakukan antara 4-8 kali dan jumlah jamur yang dipanen permusim dapat mencapai 600 g, sedangkan berat substrat tanam adalah 1 kg. Dengan demikian, nilai REB (*rasio efisiensi biologis*) atau BER (*biological efficiency ratio*) adalah 60. Semakin tinggi nilai REB atau BER, semakin baik budidaya jamur tersebut.

Pemasaran jamur tiram membutuhkan satu konsep strategi yang utuh dan komprehensif agar mampu membuka saluran-saluran pemasaran yang efektif dan maksimal, melalui strategi pemasaran yang tepat dapat menciptakan jalur pemasaran produk yang cepat kepada konsumen mengingat jamur tiram merupakan produk yang apabila disimpan terlalu lama akan menimbulkan kerusakan. Sehingga dengan demikian dapat tercipta alur pendistribusian produk yang baik melalui penerapan strategi pemasaran yang tepat dan berdampak pada tingkat pertumbuhan usaha. Hal inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Pemasaran Jamur Tiram di Kelurahan Teratai Kecamatan Muara Bulian (Study Kasus “Pondok Jamur Endang” Usaha Muda Bersama).

### **Metode**

Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti melakukan penelitian untuk menentukan data dan fakta. Penelitian dilakukan di “Pondok Jamur Endang” Usaha Muda Bersama di Kelurahan Teratai Kecamatan Muara Bulian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah : wawancara, yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan – pertanyaan kepada pihak – pihak yang berkaitan dengan masalah yang dibahas. Peneliti mengadakan hubungan langsung dengan pihak – pihak yang dianggap dapat memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan. Dalam teknik wawancara ini, peneliti mengadakan tanya

jawab kepada sumber yang dapat memberikan

Data sekunder adalah sumber data yang dikutip dari sumber lain dalam bentuk dokumen seperti literatur, brosure, dan karangan para ahli yang dianggap mempunyai hubungan dengan masalah yang diteliti serta diperoleh dari hasil proses belajar mengajar (Sugiyono 2011:226).

Untuk mendapatkan data yang relevan, maka peneliti melakukan pengecekan keabsahan data hasil penelitian dengan teknik triangulasi. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data yang dilakukan dilapangan.

### **Hasil dan pembahasan**

#### *Saluran Distribusi Pemasaran Usaha Produksi Jamur Tiram di Pondok Jamur Tiram Kabupaten Batang Hari*

Saluran pemasaran merupakan kegiatan yang dibutuhkan untuk mengalihkan kepemilikan, kepemilikan berupa barang dari titik produksi ke titik konsumsi. Dengan cara ini produk sampai kepengguna akhir atau konsumen dan juga dikenal sebagai saluran distribusi, tentu saja hal ini sangat berguna sebagai alat untuk manajemen dan sangat penting untuk menciptakan strategi pemasaran yang terencana dengan baik. Dari hasil penelitian saluran pemasaran jamur tiram di Pondok Jamur Endang melibatkan beberapa lembaga pemasaran, yakni produsen, pedagang besar, perantara, dan pengecer. Lembaga pemasaran yang terlibat dalam saluran pemasaran jamur tiram ini harus melakukan fungsi-fungsi pemasaran tertentu seperti menyalurkan jamur tiram dalam waktu, tempat, dan bentuk yang diinginkan konsumen. Lembaga-lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran jamur tiram ini berfungsi untuk mempermudah penyaluran jamur tiram segar dari produsen sampai ke tangan konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengusaha Pondok Jamur Endang Jumlah jamur yang dipasarkan melalui setiap saluran distribusi ini berbeda satu dengan yang lain.

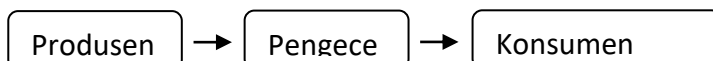
## Analisis kreatif saluran pemasaran jamur tiram..... (Uliya, Armando, Enita & Lamefa)

Saluran distribusi yang digunakan dalam memasarkan produknya ada 4 saluran yaitu

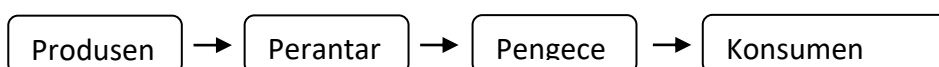
### 1. Saluran Pemasaran I



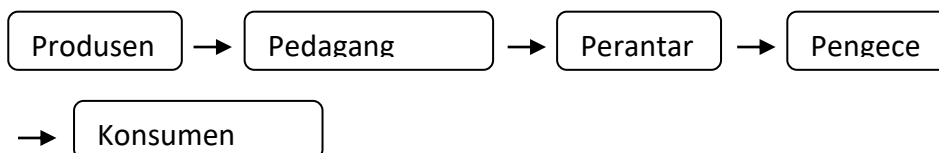
### 2. Saluran Pemasaran II



### 3. Saluran Pemasaran III



### 4. Saluran Pemasaran IV



**Gambar 1 . diagram saluran pemasaran**

Petani merupakan produsen utama dalam pola pemasaran jamur tiram di Pondok Jamur Endang, pedagang pengecer merupakan pembeli dari produsen dan pedagang perantara namun dalam jumlah yang relatif kecil, sedangkan pedagang perantara dan pedagang besar membeli dari produsen dalam jumlah yang besar dan konsumen akhir merupakan tujuan akhir dari pola pemasaran di Pondok Jamur Endang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha Pondok Jamur Endang diketahui bahwa saluran yang sering digunakan dalam pemasaran usaha ini dan volume penjualannya yang paling besar yaitu pada saluran IV dimana dari produsen - pedagang besar - perantara - pengecer - konsumen akhir. Yaitu Produsen menjualkan produknya ke pedagang besar yaitu pada pedagang besar pasar tradisional Muara Bulian pasar Keramat Tinggi dan Pasar Induk Talang Gula Pal 10, Jambi. Dan Pedagang besar menjualkan produknya

dengan pedagang perantara, dimana nanti produk akan disebarakan melalui pedagang perantara yang akan dibawa berbagai kota. Lalu Pedagang perantara menjualkan barangnya ke pedagang pengecer pada setiap kota. Lalu pedagang pengecer menjual ke konsumen akhir. Pada saluran ini produsen melakukan fungsi pertukaran (penjualan) dan fungsi penyediaan fisik (pengangkutan). Proses ini dilakukan dengan maksud agar hasil produksi yang ada akan cepat habis dikarenakan pedagang besar membeli dalam jumlah yang banyak.

### *Margin Pemasaran*

Margin pemasaran yaitu menunjukkan perbedaan harga atau selisih harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima oleh petani. Komponen margin pemasaran terdiri dari biaya-biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran dalam menjalankan fungsi pemasaran dan keuntungan yang ingin diperoleh oleh

**Analisis kreatif persediaan usaha mikro kecil .....(Ainur Robbany, Fadilah, Abdillah, Bastomi)**

lembaga pemasaran, sehingga besarnya margin pemasaran pada dasarnya merupakan penjumlahan antara biaya-biaya dan keuntungan yang diterima lembaga pemasaran. Biaya pemasaran adalah semua jenis biaya yang dikeluarkan oleh lembaga-lembaga pemasaran, sedangkan keuntungan

pemasaran adalah pengurangan antara marjin pemasaran dengan biaya pemasaran. Untuk mendapatkan gambaran tentang biaya, keuntungan dan margin pemasaran pada setiap saluran distribusi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 1.** Uraian Biaya Pemasaran, Keuntungan Pemasaran, Dan Margin Pemasaran Pada Setiap Saluran Distribusi Jamur Tiram Pada Pondok Jamur Endang

Lembaga Pemasaran	Saluran Pemasaran I Rp/Kg	Saluran Pemasaran II Rp/Kg	Saluran Pemasaran III Rp/Kg	Saluran Pemasaran IV Rp/Kg
<b>Pelaku Usaha</b>				
Harga Jual	20.000	18.000	18.000	17.000
Biaya Pemasaran	800	1.000	1.500	1.500
<b>Pedagang Besar</b>				
Harga Beli				17.000
Harga Jual				20.833
Biaya Pemasaran				1.567
Marjin Pemasaran				3.833
Keuntungan				2.267
<b>Perantara</b>				
Harga Beli			18.000	20.833
Harga Jual			20.333	25.000
Biaya Pemasaran			1.233	1.750
Marjin Pemasaran			2.333	4.167
Keuntungan			1.100	2.417
<b>Pengecer</b>				
Harga Beli		18.000	20.333	25.000
Harga Jual		23.000	24.500	28.000
Biaya Pemasaran		1.300	1.100	1.850
Marjin Pemasaran		5.000	4.167	3.000
Keuntungan		3.700	3.067	1.150
<b>Konsumen Akhir</b>				
Harga Beli	20.000	23.000	24.500	28.000
<b>Total Keuntungan</b>	0	3.700	4.167	5.833
<b>Total Marjin</b>	0	5.000	6.500	11.000
<b>Total Biaya</b>	800	2.300	3.833	6.667
<b>Efisiensi</b>	4,00	10,00	15,65	23,81

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024

### Analisis kreatif saluran pemasaran jamur tiram..... (Uliya, Armando, Enita & Lamefa)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui untuk biaya pemasaran yaitu pada saluran I sebesar Rp. 800/kg, pada saluran II sebesar Rp. 2.300/kg, pada saluran III sebesar Rp. 3.833/kg dan pada saluran IV sebesar Rp. 6.667/kg. Hal ini membuktikan bahwa semakin panjang rantai pemasaran maka semakin besar pula biaya-biaya yang dikeluarkan oleh lembaga-lembaga pemasaran untuk melaksanakan fungsi pemasaran sehingga semakin tinggi pula margin pemasarannya.

Sedangkan untuk margin pemasaran dapat dilihat pada tabel diatas diketahui bahwa margin pemasaran paling terbesar adalah pada saluran ke IV yaitu sebesar Rp. 5.000/kg, yang kedua terdapat pada saluran III sebesar yaitu Rp. 6.500/kg, dan yang terendah terdapat pada saluran II yaitu sebesar Rp. 11.000/kg. Dan total margin pemasaran pada saluran distribusi ini yaitu sebesar Rp. 22.500 atau dengan rata-rata margin sebesar Rp. 5.625.

Margin pemasaran yang besar sebenarnya bukanla tidak efisien namun lebih besarnya margin pemasaran ini merupakan akibat keberadaan pedagang perantara dan pedagang besar yang

sebenarnya menguntungkan para petani yang lokasinya jauh dan terpencar-pencar. Adanya pedagang perantara dan pedagang besar memberikan akses kepada petani untuk dapat memasarkan produksi jamur tiram ke berbagai wilayah meskipun diperlukan biaya tambahan berupa biaya transportasi dan biaya-biaya lainnya (Hafizhah Amil, dkk, 2019).

#### Efisiensi Pemasaran

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran dari setiap lembaga pemasaran, menggunakan rumus dengan membagi biaya pemasaran dengan harga jual produk lalu dikali dengan seratus persen. Jika semakin presentase yang diperoleh, maka kegiatan pemasaran dapat dikatakan semakin efisien atau kegiatan pemasaran akan lebih efisien apabila total biaya lebih kecil dari nilai produk. Sebaliknya, apabila total biaya lebih besar dari nilai produk maka kegiatan pemasaran tidak efisien. Adapun efisiensi pemasaran jamur tiram putih pada Pondok Jamur Endanf di Kabupaten Batang Hari dapat diketahui melalui tabel berikut ini :

**Tabel 2.** Efisiensi Pemasaran Jamur Tiram Pada Pondok Jamur Endang

No.	Saluran Pemasaran	Biaya Pemasaran Rp/Kg	Harga Jual Ke Konsumen Akhir Rp/Kg	Efisiensi s
1	Saluran Pemasaran I	800	20.000	4,00%
2	Saluran Pemasaran II	2.300	23.000	10,00%
3	Saluran Pemasaran III	3.833	24.500	15,65%
4	Saluran Pemasaran IV	6.667	28.000	23,81%

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024

Saluran pemasaran berbeda – beda. Hal ini dipengaruhi oleh lembaga pemasaran yang ikut terlibat dalam kegiatan pemasaran yang ada di Pondok Jamur Endang. Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat pada saluran pemasaran I efisiensi pemasaran jamur tiram sebesar 4%. saluran pemasaran II efisiensi pemasaran jamur tiram sebesar

10%, saluran pemasaran III efisiensi pemasaran jamur tiram sebesar 16%, dan saluran pemasaran IV efisiensi pemasaran jamur tiram sebesar 24%.

Berdasarkan rumus diketahui bahwa jika efisiensinya 0-33% maka sistem pemasaran jamur tiram pada Pondok Jamur Endang dapat dikatakan efisien, dan jika efisiensinya

**Analisis kreatif persediaan usaha mikro kecil .....(Ainur Robbany, Fadilah, Abdillah, Bastomi)**  
34-67% maka sistem pemasaran dikategorikan kurang efisien, dan apabila efisiensinya berada pada angka 68-100% maka sistem pemasaran dikatakan tidak efisien (Soekartawi, 2011).

Dari perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa tingkat efisiensi pemasaran pada semua saluran pemasaran I sampai IV berada dibawah 33%, hal ini menunjukkan bahwa seluruh saluran pemasaran yang digunakan pada usaha Pondok Jamur Endang dikatakan efisien.

### **Kesimpulan**

Hasil dari penelitian analisis pemasaran menunjukkan bahwa saluran pemasaran jamur tiram pada Pondok Jamur Endang terdapat empat saluran yaitu saluran I yakni pemasaran jamur tiram dari petani - konsumen akhir, saluran II yakni pemasaran jamur tiram dari petani – pengecer – konsumen akhir, saluran III yakni pemasaran jamur tiram dari petani - perantara – pengecer – konsumen akhir, dan saluran IV yakni pemasaran jamur tiram dari petani – pedagang besar - perantara – pengecer – konsumen akhir.

Hasil dari penelitian analisis margin pemasaran pada setiap saluran yaitu : Saluran I memiliki marjin sebesar Rp.0, Saluran II memiliki marjin sebesar Rp. 5.000, Saluran III memiliki marjin sebesar Rp.6.500, dan Saluran IV memiliki marjin sebesar Rp.11.000. Dan total marjin pada saluran pemasaran ini yaitu sebesar Rp. 22.500.

Hasil dari penelitian analisis efesiensi saluran pemasaran pada setiap saluran yaitu : pada saluran I memiliki efesiensi sebesar 4,00%, saluran II memiliki efesiensi sebesar 10,00%, saluran III memiliki efesiensi sebesar 15,65%, dan saluran IV memiliki efesiensi sebesar 23,81%. Dan dapat disimpulkan bahwa tingkat efisiensi pemasaran pada semua saluran pemasaran I sampai IV berada dibawah 33%, hal ini menunjukkan bahwa seluruh saluran pemasaran yang digunakan pada

usaha Pondok Jamur Endang dikatakan efisien.

### **Daftar pustaka**

- Aditya pandu nugraha. 2006. *Analisis efisiensi saluran pemasaran jamur tiram segar di bogor propinsi jawa barat*.Skripsi.institut pertanian bogor.
- Harianti. 2020. *Analisis profitabilitas usahatani jamur tiram putih (studi kasus di joglotani desa margolowih kecamatan seyegan kabupaten sleman provinsi d.i yogyakarta)*.Skripsi. program studi agribisnis fakultas pertanian universitas muhammadiyah makassar
- Hidayati, indah nurul. 2020. *Saluran distribusi pemasaran usaha produksi jamur tiram di UD bakul jamur kelurahan pagutan kota mataram*. Skripsi. Jurusan ekonomi syaria fakultas ekonomi dan bisnis islam universitas islam negeri mataram.
- Kusuma, dadang adi. 2017. *Analisis efesiensi pemasaran baglog dan jamur tiram putih pada UD Aroma Jamur di Kabupaten Lumajang*. Skripsi. Program studi agribisnis fakultas pertanian universitas jember.
- Lexy j. Moleong, *metodelogi penelitian kualitatif*, cet. 29, bandung: pt.Remaja rosdakarya, 2011.
- M, Hasriani. 2018. *analisis saluran distribusi produk pada pt. Londokn sumatera dikabupaten bulukumba*.Skripsi. Jurusan manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah makassar
- Nasehudin & gozali. 2012. *metode penelitian kuantitatif*. Bandung. Cv pustaka setia.
- Philip kotler. *Manajemen pemasaran*. Jakarta:prehallindo. 2002.Rachmad
- Saptarini, eneng mia dan istiqomah. 2019. *Analisis efisiensi saluran pemasaran jamur tiram di kabupaten purbalingga*.jurnal ekonomi dan perbankan syari'ah .Skripsi. Fakultas

**Analisis kreatif saluran pemasaran jamur tiram.....** (Uliya, Armando, Enita & Lamefa)  
ekonomi dan bisnis universitas jenderal  
soedirman  
Batubara, S. R. 2019. *Sistem Pakar  
Mendiagnosa Hama Dan Penyakit*  
*Pada Tanaman Jamur Tiram Dengan  
Metode Teorema Bayes. Pelita  
Informatika: Informasi dan  
Informatika*, 7(4), 496-500.