

ANALISIS PEMASARAN KACANG HIJAU DI DESA DUALASI RAIULUN KECAMATAN LASIOLAT KABUPATEN BELU.

(Analysis Of Green Bean Marketing In The Dualasi Raiulun Village, Lasiolat District, Belu Regency)

Maria Magdalena Isa , Maria BanoAlfetri N.P.Lango

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Nusa Cendana

Penulis korespondensi : : isamaria91122@gmail.com

Diterima : 13 Mei 2020

Disetujui : 18 Mei 2020

ABSTRAK

Penelitian ini telah dilaksanakan di Desa Dualasi Raiulun Kecamatan Lasiolat Kabupaten Belu. Penelitian Ini bertujuan untuk mengetahui (1)Saluran Pemasaran kacang hijau,(2)fungsi-fungsi pemasaran, (3)Margin, Biaya, Farmers's share, keuntungan dan Efisiensi biaya pemasaran yang mempengaruhi pemasaran kacang hijau . Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara berdasarkan kuisioner yang disiapkan . Analisis data yang digunakan adalah Deskriptif, Analisis ekonomi yaitu perhitungan Farmers's Share , Margin, keuntungan dan Efisiensi biaya pemasaran.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1)saluran pemasaran di Desa Dualasi Raiulun melalui tiga saluran pemasaran yaitu Petani → PPD(Pedagang pengumpul Desa) → Pengecer kota Atambua→Konsumen , Saluran kedua Petani→ Pedagang Besar Kota Atambua → Pengecer Kota Atambua→Konsumen, Saluran Ketiga Petani → Pengecer Kecamatan→Konsumen (2)Fungsi-fungsi pemasaran di Desa Dualasi Raiulun Kecamatan Lasiolat meliputi pertamafungsi pertukaran yang terdiri atas fungsi penjualan dan fungsi pembelian, kedua meliputi fungsi fisik yang terdiri atas fungsi pengangkutan dan fungsi penyimpanan, dan ketiga fungsi fasilitas adanya fungsi pembiayaan dan fungsi informasi pasar. (3)Margin pemasaran terendah terdapat pada saluran satu dan dua yakni sebesar 4.500 Rp/Kg, dan perolehan Margin terbesar yakni pada saluran tiga yakni sebesar 5.000 Rp/kg .*Farmer's share* kacang hijau di Desa Dualasi Raiulun Kecamatan Lasiolat Kabupaten Belu yang tertinggi berada pada saluran satu dan duayaitu sebesar 71,88%. Keuntungan pemasaran kacang hijau di Desa Dualasi Raiulun tertinggi terdapat pada saluran III yakni sebesar 5.000 Rp/Kg, kemudian diikuti Saluran I sebesar 4.462 dan saluran II Sebesar 4.349.Sedangkan efisiensi biaya pemasaran kacang hijau di Desa Dualasi Raiulun, Kecamatan Lasiolat Kabupaten Belu yang terendah atau terkecil adalah pada saluran III sebesar 1%, diikuti saluran I sebesar 2 % dan saluran IIsesbesar 5 %.

Kata Kunci:Kacang hijau, Margin. Farmer's share, Keuntungan, Efisiensi biaya

ABSTRACT

This research has been carried out in the Dualasi Raiulun Village, Lasiolat District, Belu Regency. This study aims to (1)determine the mung bean marketing channel, (2)marketing functions,(3) margins, costs, farmer's share, profit and marketing cost efficiency that affect the marketing of mung beans. Data collection uses interview techniques based on prepared questionnaires. Analysis of the data used is descriptive, economic analysis that is the calculation of Farmers' Share, Margins, profits and efficiency of marketing costs.

The results of this study indicate that the (1) marketing channels in Raiulun Dualasi Village through three marketing channels namely Farmers → PPD (Village Collector Traders) → Retailers of the city of Atambua→Consumer, Second Channel Farmers → Wholesalers of the City of Atambua → Retailers of the City of Atambua→Consumer, Third Channel of Farmers → Dualasi District Retailer→Consumer.(2) Marketing functions in Railun Dualasi Village Lasiolat District include the first exchange function consisting of sales and purchase functions, second includes physical functions consisting of transportation and storage functions, and thirdly facility functions of functions financing and

market information functions. (3)The lowest marketing margin is in channel one and two, which is 4,500 USD / kg, and the acquisition of the largest margin, namely in channels three, is 4,500 USD / kg and 4. The highest share of green peas in Dualasi Raiulun Village, Lasiolat District, Belu Regency is highest in channel one and two, which is 71.88%. The highest marketing profit of green beans in Raiulun Dualasi Village is in channel III which is 5.000 USD / Kg, followed by Channel I of 4,462 and channel II of 4.349 While the cost efficiency of marketing of mung beans in Raiulun Dualasi Village, Lasiolat District of Belu Regency is lowest or the smallest was channel III with 1%, followed by channel I with 2 % and channel II with 5%.

Keywords: Mung Beans, Margin. Farmer's share, Benefits, Cost efficiency

PENDAHULUAN

Kacang Hijau (*Vigna radiate L.*) termasuk tanaman pangan yang telah dikenal oleh masyarakat, Tanaman yang termasuk dalam keluarga kacang-acangan ini sudah lamabudidayakan . Di Indonesia tanaman kacang hijau merupakan tanaman kacang-kacangan ketiga yang banyak dibudidayakan setelah kedelai dan kacang tanah (Purwono dan Hartono, 2012). Kacang hijau merupakan sala satu komoditas yang cukup menjanjikan untuk diusahakan. Tanaman tersebut merupakan sumber pendapatan (cash crop) dan memegang peranan penting sebagai bahan makanan karena kandungan gizinya cukup lengkap . Rata- Rata luas panen kacang hijau pada Tahun 2015 adalah 248.425.000 ha dengan produktivitas rata-rata 1.167 ton/ ha .

Kabupaten Belu adalah sebuah kabupaten di pulau Timor, Provinsi Nusa Tenggara Timur, dengan luas wilayahnya 1.284,94 km dan populasi penduduknya 213.596 jiwa yang merupakan satu daerah produksi kacang hijau terbaik. Kabupaten Belu memiliki topografi yang berbukit-bukit dan bergunung-gunung, sehingga daerah ini cocok untuk usaha tani kacang hijau. Bagi petani Belu kacang hijau dipandang sebagai tanaman yang unggul dan sumber pendapatan. Tujuan utama pengelolaan usahatani kacang hijau adalah untuk meningkatkan produksi agar pendapatan petani kacang hijau juga meningkat. walaupun dalam sistem usahatannya masih menggunakan cara tradisional tetapi sejauh ini hasil dari Tanaman Kacang hijau sudah baik untuk memenuhi kebutuhan hidup

Usahatani Kacang Hijau menjadi salah satu mata pencaharian penduduk di Desa Dualasi Raiulun kecamatan Lasiolat Kabupaten Belu untuk memenuhi kebutuhan hidup .Luas lahan Untuk

Tanaaman Kacang Hijau 99 Ha dengan rata-rata produksi 277 ton.

Tujuan Akhir dari usaha tani adalah memasarkan hasil-hasil usahatannya. Apabila telah terjadi peningkatan produksi namun strategi dan sistem pemasarannya tidak efisien maka akan merugikan petani selaku produsen . Permasalahan yang dihadapi oleh petani kacang hijau di Desa Dualasi Kecamatan Lasiolat Kabupaten Belu pada umumnya adalah pada kegiatan mengalirkan produk dari lingkungan produksi ke lingkungan konsumen , panjangnya saluran pemasaran dimana makin banyak saluran pemasaran dengan sendirinya perbedaan harga antara diterima produsen dengan harga yang dibayar oleh konsumen, Sehingga menyebabkan petani hanya sebagai penerima harga sedangkan pedagang sebagai penentu harga. Panjangnya saluran pemasaran juga menyebabkan *Share* yang rendah sehingga biaya pemasaran cenderung besar, Perbedaan biaya yang dikeluarkan sehingga berpengaruh terhadap pendapatan yang diperoleh petani Kacang hijau dan juga dapat berpengaruh terhadap harga serta keuntungan yang diperoleh. selain itu kondisi harga yang berfluktuasi. Permasalahan tersebut menyebabkan petani berada pada posisi yang kurang menguntungkan. Berdasarkan Latar belakang diatas maka peneliti ingin Mengkaji bagaimana” Analisis Pemasaran kacang Hijau di desa Dualasi Raiulun Kecamatan Lasiolat Kabupaten Belu

METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilakukan di Desa Dualasi Raiulun Kecamatan Lasiolat Kabupaten Belu berlangsung pada bulan juni sampai juli 2019. Penentuan sampel dalam penelitian ini adalah penentuan desa secara sengaja (*purposive sampling*) yaitu, Desa Dualasi Raiulun Kecamatan Lasiolat Kabupaten Belu. dengan pertimbangan

bahwa lokasi tersebut merupakan wilayah pengembangan Budidaya kacang hijau serta pedagang yang telah terlibat dalam rantai pasar, sehingga mempermudah peneliti memperoleh data. Penentuan responden dengan menggunakan metode *simple random sampling* atau teknik acak sederhana dengan tingkat kesalahan 10% yaitu, dari 300 populasi petani kacang hijau tersebut. Kemudian dihitung menggunakan rumus Slovinc=

$$\frac{N}{1+N(d)^2}$$

maka diperoleh 75 petani responden.

Pengumpulan data terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan responden berdasarkan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang telah dipersiapkan sebelumnya dan pengamatan langsung (Observasi). data sekunder yaitu berupa data-data pendukung yang diperoleh dari instansi terkait seperti badan pusat statistik (BPS) Juga literatur buku dan media internet.

Model Analisis Data

Untuk menjawab tujuan pertama yaitu mengetahui saluran pemasaran di Desa Dualasi Raiulun Kecamatan Lasiolat Kabupaten Belud digunakan Analisis Deskriptif yaitu dengan mendeskripsikan saluran pemasaran di lokasi penelitian

Untuk menjawab tujuan dua mengenai fungsi-fungsi pemasaran, digunakan Analisis Deskriptif yaitu analisis data yang meliputi penelusuran dan pengumpulan informasi yang relevan

Untuk menjawab tujuan ketiga mengenai Margin Pemasaran, Farmers Share dan Keuntungan digunakan Analisis Ekonomi

a. Untuk mengetahui Margin Pemasaran dapat dihitung dengan menggunakan analisis Margin Pemasaran (Masyofie, 1995) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$M = Pr - Pf \quad MP = BP + KP$$

Atau

Keterangan:

M/MP = Margin Pemasaran Merupakan Marjin Total (Rp/ Kg)

Pr = Harga Ditingkat Konsumen (Rp/ Kg)

Pf = Bagian Harga Jual Di Tingkat Petani (Produsen)

KP = Keuntungan Pemasaran

BP = Biaya Pemasaran

Pf = harga yang diterima petani (Rp/kg)
b. Farmer's Share dilakukan untuk membandingkan seberapa besar bagian yang diterima petani dari harga yang dibayarkan oleh konsumen akhir dalam bentuk persentase. Besar kecilnya *farmer's share* berbanding terbalik dengan Marjin Pemasaran. Semakin besar marjin pemasaran, maka akan mengurangi *farmer's share*, begitu juga sebaliknya. Semakin rendah Marjin Pemasaran, maka akan meningkatkan nilai *farmer's share*. Untuk mengetahui bagian harga yang diterima petani terhadap harga yang dibayarkan konsumen akhir *farmer's share* adalah dengan rumus (sari, 2006) sebagai berikut:

$$Fs = \frac{Pf}{Pw} \times 100\%$$

Dimana:

Fs = *Farmer's Share*

Pf = harga ditingkat petani (Rp/ Kg)

Pw = Harga ditingkat konsumen (Rp/Kg)

Untuk membandingkan share harga petani terhadap share pada lembaga pemasaran, secara matematis dapat dilihat rumus share masing-masing lembaga pemasaran:

$$\text{Share pedagang pengumpul} = \frac{HJP}{HJPC} \times 100\%$$

$$\text{Share pedagang pengecer} = \frac{HJPC}{Pr} \times 100\%$$

Keterangan

HJP : harga jual di pedagang pengumpul (Rp/kg)

HJPC : harga jual di pedagang pengecer (Rp/kg)

Pr : harga di tingkat konsumen (Rp/kg)

c. Share Biaya dan Keuntungan

- Share biaya

Yaitu persentase biaya-biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga terkait. Share biaya yang dikeluarkan lembaga pemasaran ke-i dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$SBij = \frac{B}{(Pr - Pf)} \times 100\%$$

Dimana:

SBij = Share lembaga pemasaran ke-J (%)

B = Biaya pemasaran lembaga ke-J (%)

Pf = Harga ditingkat petani (Rp)

Pr = Harga ditingkat konsumen akhir/harga ditingkat pengecer (Rp).

- Share Keuntungan

Share keuntungan adalah persentase keuntungan yang diperoleh masing-masing masing-masing lembaga pemasaran. Rumus:

$$SK_j = \frac{K}{(Pr - Pf)} \times 100\%$$

Dimana:

SK_j = Share keuntungan yang diperoleh lembaga pemasaran ke-(%)

K = Keuntungan lembaga pemasaran ke-J (%)

Pf = Harga ditingkat petani (Rp)

Pr = Harga ditingkat konsumen akhir atau harga ditingkat pengecer (Rp)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Panen dan Pasca Panen Kacang hijau

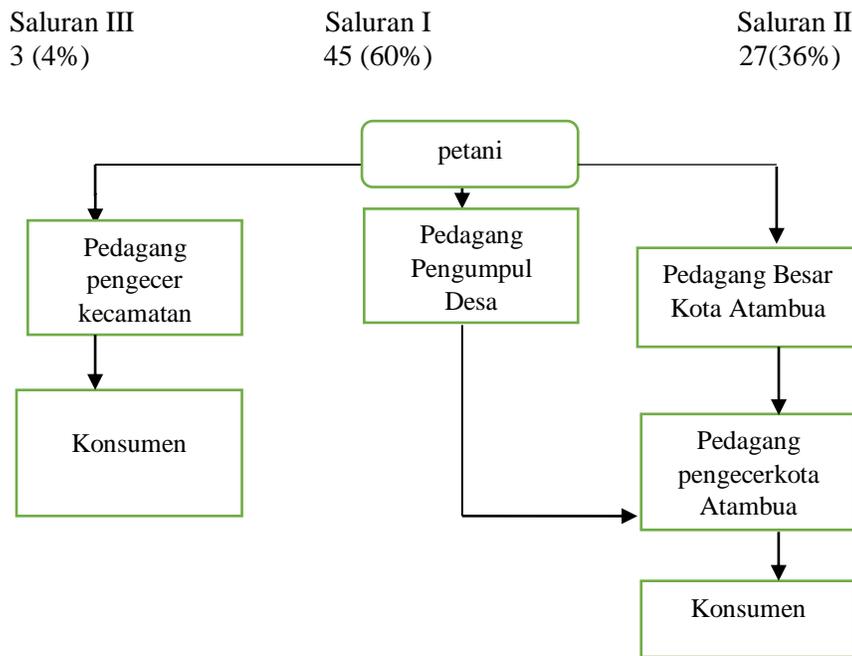
Kacang hijau Fore belu merupakan salah satu kacang hijau yang sudah dibudidayakan secara turun temurun di Desa Dualasi Raiulun. Pemanenan kacang hijau varietas ini biasanya boleh dapat dipetik pada umur 3 bulan. Petani di Desa Dualasi Raiulun memetik polong kacang hijau yang telah masak atau kering kemudian dimasukkan kedalam ember atau karung. Polong kacang hijau yang dipetik adalah polong kacang hijau yang sudah tua. Panen dilakukan apabila polong telah kering dan mudah pecah, berwarna cokelat sampai hitam. Dalam proses pemanenan pada umumnya petani di daerah penelitian menggunakan kelompok (gotong royong).

Petani di Desa Dualasi Raiulun melakukan pemanenan pagi sampai sore

hari. Pemisahann polong dengan biji kacang hijau dengan cara dimasukan kedalam karung lalu di tebah (pukul-pukul) ada juga yang menggunakan mesin perontok tergantung dari banyaknya panen. Hasil yang dipanen akan dibersihkan kemudian dijual kepada pembeli seperti pedagang pengumpul Desa, pedagang besar kota Atambua (toko Gajah Mada) dan pedagang pengecer Desa. Penjualan kacang hijau berdasarkan warna dan ukuran bijinya. Apabila warna bijinya hijau mengkilat dan besar maka harga jual lebih tinggi, namun jika warna bijinya hitam kecoklatan atau pucat maka harga jual akan turun.

Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran hasil kacang hijau yang dilakukan oleh petani di Desa Dualasi Raiulun yaitu antara petani dengan pedagang besar, kaki tangan pembeli (orang yang diperalat orang lain untuk membantu), pedagang pengumpul, dan pengecer. Petani menjual hasil panen mereka yang mendatangi petani secara langsung dan sebagian petani menjual hasil mereka langsung ke pedagang besar setelah 1-2 minggu dalam sebulan setelah masa panen. Sistem pembayarannya langsung (tunai) sesuai dengan harga yang telah disepakati. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola pemasaran yang dilakukan di desa Dualasi Raiulun memiliki 3 saluran. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada gambar berikut Gambar 1.



Gambar 1.

Pada saluran 1 petani menjual hasil kacang hijau melalui Pedagang Pengumpul Desa (PPD), kemudian PPD Menjual kacang hijau tersebut ke pengecer kota Atambua Selanjutnya dari pengecer dijual ke konsumen Akhir .Petani yang menggunakan saluran ini sebanyak 45 orang (60 %) dari 75 petani responden yang ada dengan Total produk yang dijual sebanyak 23.900 Kg. Keadaan ini didukung oleh keberadaan pedagang pengumpul yang tinggal di lokasi dimana petani berada sehingga memudahkan petani tersebut menjual hasil kacang hijau karena tidak perlu mengeluarkan biaya transportasi yang cukup besar. Adapun alasan lain petani menjual hasil mereka ke PPDD karena petani mempunyai kebutuhan rumah tangga yang mendesak dan tidak mempunyai tempat penyimpanan hasil. Pada saluran ini petani Desa Dualasi Raiulun menyimpan dan menampung hasil panen mereka selama kurang lebih 1-2 hari setelah itu pedagang pengumpul langsung mendatangi mereka dan membeli hasil panen kacang hijau tersebut dengan harga jual kacang hijau petani ke PPDD sebesar Rp.12.5000/Kg.

Pada saluran II Petani Desa Dualasi Raiulun menjual hasil kacang hijau mereka kepada

pedagang besar yang berada di kota Atambua . Petani yang menggunakan saluran ini sebanyak 27 (36%) dari 75 responden dengan Total produk yang dijual sebanyak 19.150 Kg. Adapun alasan petani tidak langsung menjual hasil mereka ke pedagang pengumpul yang berada dalam desa Selain Memperoleh keuntungan yang lebih besar , karena petani dalam saluran ini masih mempunyai dana untuk biaya hidup dan juga karena harga jual lebih tinggi dari saluran I. Namun pada saluran ini petani mengeluarkan biaya untuk menjual kacang hijau mereka. Pada saluran ini petani Desa Dualasi Raiulun menyimpan dan menampung hasil panen mereka selama kurang lebih 1-2 minggu setelah itu petani langsung mendatangi Pedagang Besar kota Atambua untuk menjual hasil panen kacang hijau dengan harga petani ke Pedagang besar sebesar Rp.15.000/Kg

Pada saluran III Petani menjual hasil kacang hijau langsung kepada Pengecer Desa mengingat bahwa harga jual kacang hijau ke pengecer lebih menguntungkan tnpa mengeluarkan biaya dibandingkan dengan saluran 1 dan 11 Jumlah petani yang melakukan pemasaran pada saluran ini hanya 3 orang (4 %), dengan Total produk 300 Kg. Harga jual kacang hijau dari petani ke

Pengecer Kecamatan sebesar Rp. 16.5000/Kg. Adapun alasan pada saluran III ini mengapa petani menjual hasil kacang hijau mereka ke Pedagang pengecer, selain produksi mereka pasasan karena untuk menjual di PPD dan Pedagang Besar produksinya harus 300 kg keatas. petani pada saluran ini masih mempunyai tempat penyimpanan yang layak dan juga petani masih mempunyai dana untuk biaya hidup sehingga petani lebih memilih sistem penjualan pada saluran ini. Mengapa petani yang menjual ke pedagang pengecer hanya sedikit (3 orang) saja? Selain alasan-alasan diatas, adapun alasan lain yaitu dikarenakan daging yang digunakan pedagang pengecer tidak baik (kotor).

Pada umumnya di Desa Penelitian tidak ada petani yang menjual kacang hijau mereka ke konsumen Akhir karena rata-rata petani di desa ini berusaha kacang hijau.

Fungsi-fungsi Pemasaran.

Fungsi pemasaran di Desa Dualasi Raiulun Yakni

1. Fungsi Pertukaran .

Dalam pemasaran fungsi ini melibatkan kegiatan yang menyangkut pengalihan hak kepemilikan dari satu pihak ke pihak lainnya. Fungsi pertukaran ini terdiri dari fungsi penjualan dan fungsi pembelian

Fungsi Penjualan. Dalam melakukan penjualan produk, produsen harus memperhatikan kualitas dan kuantitas dari produk tersebut. Fungsi penjualan yang dilakukan dalam pemasaran kacang hijau di Desa Dualasi Raiulun Kecamatan Lasiolat adalah petani Desa Dualasi Raiulun menjual hasil mereka ke PPD (pedagang pengumpul Desa), Pedagang Besar Kota Atambua, dan Pengecer Desa Dualasi Raiulun. Sistem penjualan yang berlaku antara petani dan pedagang dilakukan secara tunai. Dalam fungsi penjualan ini, penentuan harga dilakukan oleh pedagang dan petani hanya mengikuti yang telah ditetapkan. penjualan Komoditi kacang hijau oleh petani dihitung dalam kilogram (Kg).

Fungsi Pembelian. Fungsi pembelian meliputi segala kegiatan dalam rangka memperoleh produk dengan jumlah dan kualitas yang diinginkan pembeli dan produk tersebut siap dipergunakan pada waktu dan tempat tertentu dengan harga yang

layak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam fungsi pembelian ini pedagang membeli kacang hijau dari petani dalam jumlah yang tidak terbatas, berapapun jumlah produk yang dibawa atau yang dihasilkan oleh petani akan selalu dibeli.

2. Fungsi Fisik

Fungsi pengangkutan berperan penting dalam proses perpindahan barang-barang dari asal mereka menuju ketempat lain yang diinginkan (konsumen). Dari hasil penelitian pengangkutan hasil kacang hijau oleh petani di Desa Dualasi Raiulun menggunakan motor, truk, gerobak dan tenaga manusia sendiri (dipikul).

Fungsi penyimpanan dilakukan setelah panen. Fungsi penyimpanan ini dilakukan oleh petani kacang hijau dan pedagang yang membelinya. Biasanya kacang disimpan dalam bentuk biji. Lama penyimpanan tergantung kapan petani membutuhkan uang dan tergantung pada harga yang ditawarkan oleh pedagang.

3. Fungsi Fasilitas

Fungsi fasilitas bertujuan menyediakan dan memberikan jasa atau fasilitas-fasilitas guna memperlancar jalannya fungsi pertukaran ke fungsi fisik (Firdaus, 2007). Hasil penelitian menunjukkan bahwa fungsi fasilitas terdiri dari fungsi pembiayaan dan informasi harga. Fungsi pembiayaan, biaya yang dimaksud adalah semua biaya yang dikeluarkan oleh petani maupun pedagang yang mencakup biaya tenaga kerja, biaya transportasi, biaya pengepakan, dan Biaya Retribusi.

Fungsi informasi pasar hanya dikuasai oleh pedagang, petani yang berada di lokasi penelitian tidak berperan penuh dalam penentuan harga jual kacang hijau. Petani hanya berperan sebagai penerima harga sedangkan pedagang sebagai penentu harga. Oleh karena itu, seberapa besar harga yang ditentukan oleh pedagang, petani hanya bisa menerima dengan harga yang ada

Biaya, Margin Pemasaran, Farmer' Keuntungan dan Farmer's Share

Harga, biaya pemasaran, keuntungan pemasaran, share yang diterima petani dan margin pemasaran kacang hijau di Desa Dualasi Raiulun dapat dilihat pada Tabel 1

Tabel 1. Lembaga Pemasaran, Biaya, Keuntungan, Share, Margin dan Efisiensi Pemasaran

Saluran	Lembaga pemasaran	Harga (Rp/kg)	Biaya (Rp/Kg)	Keuntu Ngan (Rp/ Kg)	Share			Margin (Rp/Kg)	Efisiensi (%)
					Farmer Share (%)	Biaya (%)	Keuntung an (%)		
I	petani	11.500	38	4.462	71,88	0,84	99,16	4.500	0,28
	pengumpul	12.500	158	908	78,13	9,2	90,8	1.000	0,68
	Pengecer kota Atambua	16.000	69	3.431	100	2,0	98,03	3.500	0,51
	Konsumen	16.000							
Total			265	8.735		12,0	287,98		2
II	Petani	11.500	151	4.349	71,88	3,36	96,64	4.500	0,94
	Pedagang besar kota	15.000	600	2.900	93,75	17,14	82,86	3.500	3,75
	Pengecer kota atambua	16.000	150	850	100	15	85	1.000	0,94
	Konsumen	16.000							
Total			901	8099	265,63	35,50	264,50	9000	5
III	Petani	11.500	0	5000	69,70	0	100	5.000	0
	Pengecer kecamatan	16.500	108	4.892	100	2,16	97,84	2.500	1
	Konsumen	16.500							
Total			108	9.892	169,70	2,16	197,84	4.500	1

Sumber : Data Primer, diolah.

Tabel 1 menunjukkan bahwa pada saluran I Petani mengeluarkan biaya (pengepakan) sebesar 38Rp/Kg. Biaya yang dikeluarkan PPD sejumlah 158 Rp/Kg dengan rincian Transportasi 30 Rp/Kg, Tenaga Kerja 11 Rp/Kg, Pengepakan 12 Rp/Kg dan Retribusi 1 Rp/Kg, dan biaya yang dikeluarkan pengecer sebesar 69 Rp/ Kg dengan rincian Transportasi 0 Rp/ Kg, Tenaga kerja 12 Rp/kg, Pengepakan 50 Rp/Kg, dan Retribusi 7 Rp/Kg. Saluran I petani mendapat keuntungan sebesar Rp4.462 dari hasil penjualan, produksi rata-rata yaitu 524 Kg, sedangkan Farmers Share yang diperoleh sebesar 71,88 %, share biaya 0,84 %, share keuntungan 99% dan margin pemasaran sebesar Rp.4.500 serta Efisiensi biaya pemasaran pada saluran sebesar 2 %.

Pada saluran II petani kacang hijau menjual hasil mereka ke Pedagang Besar Kota yang berada di Atambua selanjutnya Pedagang besar ini menjualnya ke pedagang Pengecer kota dengan biaya yang dikeluarkan petani sebesar Rp. 151 dengan rincian Transportasi 59 Rp/Kg, Tenaga Kerja 46 Rp/Kg, dan Pengepakan 46 Rp/Kg. Keuntungan yang diterima petani dari saluran II sebesar Rp.4.349 dengan rata-rata produksi yang dihasilkan yaitu 709 Kg sedangkan share harga

yang diperoleh sebesar 71,88%, share biaya sebesar 3,36%, share keuntungan sebesar 96,64% dan margin pemasaran sebesar Rp.4.500, serta Efisiensi biaya pemasaran pada saluran II sebesar 5%

Pada saluran III, petani menjual hasil mereka ke Pedagang pengecer Desa dengan biaya yang dikeluarkan oleh petani Rp 0 dengan rincian Transportasi Rp/Kg, dan Pengepakan Rp/Kg. Keuntungan yang diterima petani sebesar Rp.5.000 dengan rata-rata produksi yang dihasilkan yaitu 100 Kg. Farmers Share sebesar 85,19%, share biaya sebesar 0%, share keuntungan sebesar 97,84 % dan margin pemasaran sebesar Rp.5.000, serta Efisiensi pemasaran pada saluran III sebesar 1%.

Berdasarkan perhitungan dari ketiga saluran pemasaran di atas maka saluran yang paling baik adalah saluran pemasaran III hal ini dibuktikan dengan biaya yang dikeluarkan oleh petani tidak ada (0) atau dibandingkan dengan saluran II dan III, selain itu keuntungan yang diperoleh petani besar serta efisiensi biaya pemasaran kecil atau rendah (tabel 4.12).

PENUTUP**Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitiandan analisis data dapat disimpulkan bahwa :

1. Saluran pemasaran kacang hijau di desa Dualasi Raiulun kecamatan Lasiolat Kabupaten Belu ada 3 saluran yaitu:
Saluran I : Petani → Pedagang Pengumpul Desa → Pengecer kota Atambua
Saluran II : Petani → Pedagang Besar kota Atambua → Pengecer kota Atambua
Saluran III: Petani → PengecerDesa .
2. Fungsi-fungsi pemasaran kacang hijau di Desa Dualasi Raiulun Kecamatan Lasiolat meliputi pertama fungsi pertukaran yang terdiri atas fungsi penjualan dan fungsi pembelian, kedua meliputi fungsi fisik yang terdiri atas fungsi pengangkutan dan fungsi penyimpanan, dan ketiga fungsi fasilitas adanya fungsi pembiayaan dan fungsi informasi pasar. Sedangkan fungsi pemasaran yang tidak dilakukan di Desa Dualasi Raiulun adalah fungsi Standarisasi dan grading dan pengambilan Resiko.
3. Margin pemasaran terbesar terdapat pada saluran III Sebesar 5.000Rp/Kg dan margin terkecil terdapat pada saluran I dan II sebesar 4.500 Rp/Kg
4. *Farmer's share* terbesar berada pada saluran satu dan dua yaitu sebesar 71,88%. Dan terendah pada saluran tiga sebesar 69,70%.
5. efisiensi biaya pemasaran yang terbesar terdapat pada saluran III sebesar 5 % diikuti saluran I sebesar 2% dan paling terkecil pada saluran 1 sebesar 1%.

Saran

1. Bagi petani disarankan agar Menjual kacang hijau mereka ke saluran tiga yaitu di pengecer Kecamatan.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti lebih lanjut mengenai Faktor-Faktor yang mempengaruhi harga baik di tingkat petani maupun lembaga pemasaran kacang hijau

DAFTAR PUSTAKA

- Adar, dan Mau 2013. Analisis Gross Margin Agribisnis Kacang Hijau Di Kabupaten Manggarai Provinsi Nusa Tenggara Timur. Buletin Excellentia
- Atman. 2007. Teknologi Budidaya Kacang Hijau (*Vigna radiata* L.) di Lahan Sawah. Jurnal Ilmiah Tambua. 4(1) : 89-95.
- Aninddita, R.2004. Pemasaran Hasil Pertanian. Papyrus.Surabaya
- Azzaino, Zulkifli. 1982. Pengantar Tataniaga Pertanian, Departemen Pertanian
- BPSProvinsi NTT. 2016.Nusa Tenggara Timur Dalam Angka.<https://nttprov.bps.go.id>
- BPS Provinsi NTT 2011. Nusa Tenggara Timur Dalam Angka
- Badan Pusat Statistik 2014 .Kabupaten Belu dalam Angka
- Badan Pusat Statistik 2015 Kabupaten Belu dalam Angka . Badan Pusat Statistik.Kabupaten Belu
- Badan Pusat Statistik 2017.Kabupaten Belu dalam Angka.
- BPS Provinsi NTT 2017
- BPTP.2011 Budidaya Kacang Hijau. <http://sulsel.litbang.deptan.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=143:budidaya-kacang-hijau&catid=48:panduanpetunjuk-teknis-leaflet&Itemid=53>. Diakses 24 Januari 2019
- Balitkabi.2005.Teknologi produksi kacang-kacangan dan Umbi-Umbian Balai Penelitian Tanaman kacang-kacangan dan umbi-umbian 36 hlm
- Badaruddin A,2007.Analisis Pemasaran Kacang Mete (Studi Kasus KSU Manbait Bersaudara) Di Desa Camplong II Kecamatan Fatuleu Kabupaten

Kupang. Proposal Penelitian Fakultas Pertanian Universitas Nusa Cendana Kupang.

Chrimiranty N,2018. Strategi dan Efisiensi Biaya Pemasaran Kopi di Kecamatan Poco Ranaka, Kabupaten Manggarai Timur, Provinsi Nusa Tenggara Timur.Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Nusa Cendana Kupang.

Fatma.2011. Analisis Fungsi Produksi dan Efisiensi Usahatani Kacang hijau Rakyat di Aceh Tengah.Tesis.Institut Pertanian Bogor.

Hilman, Y., A. Kasno, dan N. Saleh. 2004. Kacang-kacangan dan umbi-umbian: Kontribusi terhadap ketahanan pangan dan perkembangan teknologinya. Dalam Makarim, et al. (penyunting). Inovasi Pertanian Tanaman Pangan. Puslitbangtan Bogor, 95-132.

Hanafiah dan Saefuddin. 1986. Tataniaga Hasil Pertanian. UI Press. Jakarta.

Kotler, Philip. 1994. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Jakarta: Erlangga.

Landa. 1997.Analisis Pemasaran Kopi Di Kecamatan Wewena Timur Kabupaten Sumba Barat, Skripsi Fakultas Pertanian Undana

Fatma.2011. Analisis Fungsi Produksi dan Efisiensi Usahatani Kacang hijau Rakyat di Aceh Tengah.Tesis.Institut Pertanian Bogor.

Masyroffie.1995. Penelitian Pemasaran Hasil pertanian.IPB. Bogor.

Notoatmodjo,S. 2005. Promosi Kesehatan Teori dan Aplikasi. Jakarta. Rineka Cipta

Nurhapsa, N., Nuddin, A., Suherman, S., & Lismayanti, L. (2018, July). Efisiensi Saluran Pemasaran Kopi Arabika Di Kabupaten Enrekang. In Prosiding Seminar Nasional Sinergitas Multidisiplin Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (Vol. 1, pp. 230-234).

Nasution, Erwin, and Syahbudin Syahbudin. "Analisis Pemasaran Kopi Di Kabupaten

Humbang Hasundutan Provinsi Sumatera Utara." Jurnal Agrica 7.1 (2018): 38-48.

Purwono,MS dan Rudi Hartono(2012). Kacang Hijau Jakarta. : Penebar Swadaya Singh, M. 2012. Marketing Mix of 4p's for competitive advantage. IOSRJBM (Internet). 3(6): 40- 45. Tersedipada <http://www.iosrjournals.org/iosrjbm/papers/vol3-issue6/G0364045.pdf>. diakses pada tanggal 20 Agustus 2019.

Ridwan. 2005. Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian. Bandung : Alfabeta

Rukmana R, 1997. Kacang Hijau Budidaya dan Pasca panen .Kanisius, YogyakartaIlmiah Tambua VI : 89-95.

Soekartawi. 2011. Ilmu Usahatani dan Penelitian untuk Pengembangan Petani Kecil. Jakarta: UI-PRESS.

Sunantara, I.M.M2000.Teknik produksi benih kacang hijau. No. Agdex: 142/35. No. Seri: 03/Tanaman/2000/September 2000. Instalasi Penelitian danPengkajian Teknologi Pertanian Denpasar Bali.

Suharno dan Y. Sutarso. 2010. Marketing in Practice. Yogyakarta: Graha Ilmu

Swastha, Basu dan Irawan. 2005. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta .Liberty Yogyakarta.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003. Sistem pendidikan Nasional

Vinsensia Apolonya,2014. Manajemen Usaha dan Strategi Bauran Pemasaran Kacang Mete Studi Kasus Pada Kelompok Usaha Bersama"EPUBOIT" Di Dusun Welo Desa Painapang Kecamatan Lewolema Kabupaten Flores Timur. Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Nusa Cendana Kupang.

Weke 2016. Analisis Integrasi Pasar dan Elastisitas Transmisi Harga Komiditi KacangHijau di Kabupaten Manggarai Provinsi Nusa Tenggara Timur.Skripsi. Faperta Undana. Kupang