

**ANALISIS PEMASARAN HASIL HUTAN BUKAN KAYU  
PADA SISTEM AGROFORESTRY DI DESA OEBELO  
KECAMATAN AMANUBAN SELATAN KABUPATEN TIMOR  
TENGAH SELATAN**

***ANALYSIS OF THE MARKETING OF MORINGA SEEDS AS A NON-  
TIMBER FOREST PRODUCT IN AN AGROFORESTRY SYSTEM IN  
OEBELO VILLAGE, AMANUBAN SELATAN SUB-DISTRICT, TIMOR  
TENGAH SELATAN DISTRICT***

Friska Sempau<sup>1)</sup>, Damianus Adar<sup>2)</sup>, Astin Elise Mau<sup>3)</sup>

- <sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi Kehutanan, Fakultas Pertanian Undana  
<sup>2)</sup> Dosen Prodi Agribisnis, Fakultas Pertanian Undana  
<sup>3)</sup> Dosen Prodi Kehutanan, Fakultas Pertanian Undana

\*Email: [fannysempau18@gmail.com](mailto:fannysempau18@gmail.com)

**ABSTRACT**

*This research was conducted to determine the marketing of Moringa seeds as Non-Timber Forest Products in the Agroforestry System. This research was conducted in Oebelo Village, Amanuban Selatan District, South Central Timor Regency, which was conducted for 1 month, from June to July 2020. This study used a survey method with analysis. data using descriptive and quantitative analysis. The data is processed using the formula for calculating marketing margin (M), Farmer's Share (FS), marketing profit and R/C ratio.*

*The results showed that the cultivation of Moringa oleifera Lamk. Using an agroforestry system with Alley cropping and mixed cropping can increase the economy of the farmers in Oebelo Village. This is evidenced by looking at the total production of Moringa seeds, which is 12,950 kg / year with a total land area of 37.5 hectares. Each farmer sells Moringa seeds at a price of Rp. 25,000 / Kg to collectors in Oebelo Village, then collectors sell Moringa seeds for Rp. 30,000 / Kg to final consumers. So that the marketing margin is Rp. 5,000 / Kg with marketing costs for farmers is Rp. 9,810 / Kg and the marketing cost for collecting traders is Rp. 168.10 / Kg. Thus, the profit obtained by farmers is Rp. 15,190 / Kg and the profit earned by collectors is Rp. 4,831 / Kg. while the farmer's share is 83.33%.*

*Economically, the marketing business of Moringa Seed as Non-Timber Forest Products in the agroforestry system in Oebelo Village, Amanuban Selatan District, South Central Timor Regency is profitable for farmers because the results of the analysis show that the R / C Ratio is more than one, namely 1.54. Meanwhile, for collectors it is not profitable because the R / C ratio shows the number <1 is 0.28*

**Keywords:** Agroforestry; Marketing Margin; Farmer's Share; Marketing Profits; Moringa (*Moringa oleifera* Lamk.)

## 1. PENDAHULUAN

Konteks ekonomi pemanfaatan hutan selama ini masih memandang hutan sebagai sumber daya alam penghasil kayu. Kondisi ini mendorong eksploitasi kayu secara intensif untuk memenuhi pasar dunia maupun industri domestik tanpa memperhatikan nilai manfaat lain yang dapat diperoleh dari hutan. Hutan sebagai sistem sumber daya alam memiliki potensi untuk memberikan manfaat multiguna, disamping memberikan Hasil Hutan Kayu, hutan juga dapat memberi manfaat berupa Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK) adalah hasil hutan baik nabati dan hewani beserta produk turunan dan budidayanya kecuali kayu. Pada umumnya HHBK merupakan hasil sampingan dari sebuah pohon misalnya daun, getah, kulit, buah dan lain-lain atau berupa tumbuhan yang memiliki sifat khusus seperti rotan, bambu, dan lain-lain.

HHBK secara umum tidak hanya berperan pada aspek ekologis, tetapi juga pada aspek ekonomis dan sosial budaya. Dari aspek ekologis, HHBK merupakan bagian dari ekosistem hutan dan mempunyai fungsi dan peran tertentu yang ikut menunjang keberlangsungan ekosistem tersebut. Dari aspek ekonomis, HHBK dapat menjadi salah satu sumber penghasilan bagi masyarakat maupun pemerintah. Sedangkan dari aspek sosial budaya, masyarakat ikut dilibatkan dalam pemanfaatan dan pengolahan HHBK. Di samping itu, adanya kegiatan produksi dan pengolahan HHBK, maka dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang cukup besar sehingga dapat mengurangi angka pengangguran (Salaka *dkk*, 2012).

Keputusan Gubernur Nusa Tenggara Timur Nomor 404/KEP/HK/2018 Tentang

Hasil Hutan Bukan Kayu Unggulan di Provinsi Nusa Tenggara Timur menetapkan Kelor (*Moringa oleifera* Lamk.) sebagai komoditi HHBK unggulan di Profinsi Nusa Tenggara Timur. Tanaman Kelor (*Moringa oleifera* Lamk.) merupakan salah satu jenis tanaman tropis yang mudah dibiakkan karena tidak memerlukan perawatan yang intensif dan memiliki toleransi kekeringan yang tinggi. Dengan sifat tersebut tanaman Kelor (*Moringa oleifera* Lamk.) memungkinkan untuk dibudidayakan di daerah kering seperti Nusa Tenggara Timur. Sementara itu Gubernur Nusa Tenggara Timur memiliki program “Revolusi Hijau Kelor” dengan menjadikannya sebagai komoditi unggulan dalam mengatasi masalah gizi dan juga untuk meningkatkan pendapatan petani.

Seiring dengan perkembangan informasi dan banyaknya sosialisasi kepada masyarakat mengenai manfaat tanaman Kelor (*Moringa oleifera* Lamk.) yang sangat beragam, baik untuk pangan, maupun obat-obatan maka terjadi pula perkembangan dan perubahan pola hidup masyarakat dengan ikut membudidayakan tanaman Kelor (*Moringa oleifera* Lamk.) bahkan diolah menjadi berbagai macam produk lalu dipasarkan.

Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui pertukaran segala sesuatu yang bernilai dengan orang atau kelompok lain (Kolter, 2005 *dalam* Asbanu, 2018).

Kartasapoetra, (1986) *dalam* Asbanu, (2018) mengatakan pengembangan jaringan pemasaran menjadi sangat penting untuk diperhatikan. Saluran pemasaran yang cukup panjang menyebabkan keuntungan yang diterima oleh kalangan petani sangat kecil, dan tidak sebanding dengan biaya yang

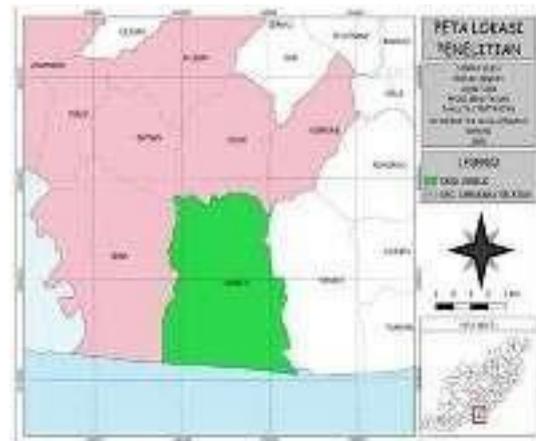
dikeluarkan oleh konsumen akhir. Disamping itu ada hal penting yang harus diperhatikan yaitu lembaga pemasaran. Lembaga pemasaran berfungsi sebagai penghubung yang akan menentukan mekanisme pasar dan membentuk jalur distribusi atau saluran pemasaran. Dengan memperhatikan kondisi pemasaran diharapkan akan tercipta pemasaran yang efektif dan adil bagi para petani untuk meningkatkan produktivitas.

Sebuah sistem yang bukan hanya untuk meningkatkan pendapatan petani namun bisa mengatasi masalah pangan dan juga masalah lingkungan, seperti mengurangi aliran permukaan, pencucian zat hara tanah dan laju erosi adalah sistem agroforestry. Sistem Agroforestry merupakan sistem bercocok tanam multikultur yang mengkombinasikan tanaman kehutanan dan tanaman pertanian, hewan atau tanaman lainnya dalam suatu lahan secara bersamaan maupun periodik. Salah satu sistem agroforestry yang dapat meningkatkan pendapatan petani yang dikenal secara luas dan dipraktikkan masyarakat adalah kebun campuran, yaitu kebun yang ditanami dengan tanaman kehutanan dan tanaman pertanian secara bersamaan dalam satu lahan. Masyarakat Desa Oebelo Kecamatan Amanuban Selatan telah mempraktikkan sistem agroforestry berbasis Kelor (*Moringa oleifera* Lamk.) yang sudah terbentuk dalam kelompok-kelompok tani. Namun, belum ada informasi yang jelas mengenai pola pemasaran dan juga belum ada penelitian yang terkait di tempat penelitian ini. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ANALISIS PEMASARAN BIJI KELOR SEBAGAI HASIL HUTAN BUKAN KAYU PADA SISTEM AGROFORESTRY DI DESA OEBELO KECAMATAN AMANUBAN SELATAN KABUPATEN TIMOR TENGAH SELATAN.

## 2. METODOLOGI

### 2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Oebelo Kecamatan Amanuban Selatan Kabupaten Timor Tengah Selatan Provinsi Nusa Tenggara Timur. Penelitian dilaksanakan selama satu bulan pada tanggal 26 Juni sampai 26 Juli 2020.



Gambar 1. Peta Lokasi Penelitian

### 2.2 Alat dan Bahan

Alat yang digunakan dalam penelitian antara lain alat tulis menulis, alat perekam suara, kamera, dan laptop yang digunakan untuk mengolah data. Sedangkan bahan yang digunakan adalah kuisioner yang digunakan dalam proses wawancara langsung kepada responden.

### 2.3 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder

### 2.4 Metode Pengambilan Sampel

Penentuan lokasi penelitian berdasarkan pertimbangan bahwa Desa Oebelo merupakan salah satu Desa di Kecamatan Amanuban Selatan Kabupaten Timor Tengah Selatan yang sudah membentuk 5 (lima) kelompok tani dan beranggotakan 20 orang dalam setiap kelompoknya untuk membudidayakan tanaman Kelor (*Moringa oleifera* Lamk.). Penentuan populasi dilakukan secara sengaja dengan metode *simple random sampling* (acak sederhana) yaitu dimana setiap elemen memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel.

Populasi pada penelitian adalah semua anggota dari 5 kelompok tani tersebut sebanyak 100 orang dengan ketentuan bahwa responden tersebut memiliki karakteristik yang sesuai dengan tujuan peneliti yaitu para petani yang telah berhasil menjual biji Kelor dalam setahun terakhir yaitu tahun 2019. Besarnya sampel dalam penelitian ini dapat ditentukan berdasarkan rumus Slovin (Sevilla *et.al.* 1960:182 dalam Asbanu, 2018) yaitu:

$$n = \frac{N}{1+N(e^2)}$$

Keterangan: n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi kesalahan (0.05)

Dari rumus diatas maka penentuan sampel dapat diketahui dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} N &= 100 \\ \frac{100}{1+100(0,05^2)} \\ &= \frac{100}{1,25} \\ &= 80 \text{ responden} \end{aligned}$$

Dengan demikian jumlah sampel yang menjadi responden sebanyak 80 orang.

## 2.5 Metode Analisis Data

Data yang dikumpulkan kemudian ditabulasi dan dipilih- pilih kedalam kualitatif dan kuantitatif sesuai dengan variabel – variabel penelitian. Prosedur analisis sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu:

- 1) Untuk menjawab tujuan pertama yaitu mengetahui komposisi jenis tanaman dan pola tanam pada sistem agroforestry berbasis Kelor (*Moringa oleifera* Lamk.)

digunakan analisis deskriptif untuk menjelaskan komposisi jenis tanaman penyusun sistem agroforestry berbasis Kelor yang diterapkan petani dan menjelaskan hasil wawancara petani yang menjadi responden

- 2) Untuk menjawab tujuan kedua yaitu mengetahui banyaknya lembaga pemasaran dalam saluran pemasaran biji Kelor di Desa Oebelo di gunakan analisis dekspritif yaitu dengan menggambar saluran pemasaran yang terdapat di lokasi penelitian (Kotler, 1984 dalam Deos, 2019)
- 3) Untuk menjawab tujuan ketiga digunakan analisis kuantitatif yaitu perhitungan *margin* (M), *farmer's share* (Fs), keuntungan dan R/C Ratio pemasaran biji Kelor.

- Rumus untuk memperoleh Margin pemasaran adalah:

$$MP = PB - PF$$

Keterangan:

MP = Margin pemasaran (Rp/Kg)

PB = Harga ditingkat konsumen (Rp/Kg)

PF = Harga ditingkat petani (Rp/Kg)

- Rumus untuk *Farmer's Share* adalah:

$$FS = \frac{PF}{PB} \times 100\%$$

Keterangan:

FS = Farmer's Share

PF = Harga ditingkat petani (Rp/Kg)

PB = Harga ditingkat konsumen (Rp/Kg)

- Rumus untuk mendapatkan keuntungan pemasaran adalah:

$$Ki = (Hj - Hb) - B$$

Keterangan:

Ki = Keuntungan (Rp/Kg)

Hj = Harga Jual (Rp/Kg)

Hb = Harga beli (Rp/Kg)

B = Biaya (Rp/Kg)

- Rumus untuk mendapatkan R/C Ratio pemasaran adalah:

$$R/C = \frac{\text{Keuntungan pemasaran}}{\text{Biaya pemasaran}} \times 100\%$$

Keterangan:

R/C < 1: secara ekonomi tidak menguntungkan

R/C = 1: secara ekonomi tidak menguntungkan dan merugikan

R/C > 1 : secara ekonomi menguntungkan

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Desa Oebelo merupakan salah satu desa di Kecamatan Amanuban Selatan yang mempunyai luas wilayah sebesar 52,36 Km<sup>2</sup> dan luas hutan sebesar 702 Ha. Jarak Desa dengan Ibukota Kecamatan adalah 16 Km, sedangkan jarak dengan Ibukota Kabupaten adalah 609 Km.

Penduduk di Desa Oebelo pada Juni tahun 2020 sebanyak 4.037 orang yang terdiri dari penduduk laki-laki sebanyak 2.076 (51,42%) dan perempuan sebanyak 1.961 (48,58%).

#### 3.2 Karakteristik Responden (Petani)

Karakteristik individu adalah ciri-ciri atau sifat-sifat yang dimiliki oleh seseorang petani yang ditampilkan melalui pola pikir, pola sifat, dan pola tindakan terhadap lingkungan. Ciri-ciri atau sifat-sifat yang dimiliki oleh petani meliputi beberapa faktor atau unsur-unsur yang melekat pada diri seseorang dapat dikatakan sebagai karakteristik petani.

Karakteristik umum responden yang diamati dalam penelitian ini diuraikan dalam tabel berikut:

No	Karakteristik Responden	Satuan Ukuran	Rata-rata	Min	Max
1.	Umur	Tahun	51	30	76
2.	Jenis kelamin	L/P	-	-	-
3.	Jumlah anggota keluarga	Orang	5	2	9
4.	Pendidikan	SD-Sarjana	-	-	-
5.	Luas lahan	Ha	0,46	0,25	2
6.	Status lahan	Milik sendiri	-	-	-
7.	Produksi	Kg/Thn	161	100	800
8.	Dipasarkan kemana	Pedagang pengumpul	-	-	-
9.	Jumlah yang dijual	Kg	161	100	800
10.	Harga	Rp	25.000	25.000	25.000

### 3.3 Komposisi Jenis Tanaman dan Pola Tanam Pada Sistem Agroforestry Berbasis Kelor (*Moringa oleifera* Lamk.)

Agroforestry adalah suatu sistem pengelolaan lahan secara intensif dengan mengkombinasikan tanaman kehutanan dan tanaman pertanian dengan maksud agar diperoleh hasil yang maksimal dari kegiatan pengelolaan tersebut dengan tidak mengesampingkan aspek konservasi lahan serta budidaya praktis masyarakat lokal. Agroforestry diharapkan bermanfaat untuk mencegah perluasan tanah terdegradasi, melestarikan sumber daya hutan, meningkatkan mutu pertanian serta menyempurnakan intensifikasi dan diversifikasi silvikultur. Sistem ini telah dipraktekkan oleh petani di berbagai tempat di Indonesia salah satunya petani di Desa Oebelo Kecamatan Amanuban Selatan Kabupaten Timor Tengah Selatan.

Sistem agroforestry yang diterapkan oleh petani di Desa Oebelo adalah sistem agroforestry sederhana dengan menggunakan dua pola tanam yaitu pola tanam lorong (*Alley Cropping*) dan pola tanam campuran (*Mixed Cropping*).

Pola tanam lorong (*Alley Cropping*) ini dipraktekkan oleh petani Desa Oebelo yang mempunyai luas lahan berkisar 1-2 hektar karena jarak interval antar tanaman pagar yang diinginkan adalah 3 meter dan jarak antar baris tanaman adalah 5 meter jadi membutuhkan luas areal yang lumayan besar. Karena apabila jarak antar

baris tanaman pagar terlalu dekat, maka kompetensi tanaman pagar untuk berproduktif sangat rendah.

Tanaman Kelor (*Moringa oleifera* Lamk.) merupakan tanaman pokok yang paling banyak dibudidayakan oleh petani Desa Oebelo, sehingga lahan petani pada luasan tertentu umumnya didominasi oleh tanaman Kelor (*Moringa oleifera* Lamk.). Sebelum memulai budidaya tanaman Kelor tersebut, PT. Moringa Kupang sudah melakukan penyuluhan kepada masyarakat dan membentuk beberapa kelompok tani. Pada tahun 2018 PT. Moringa membagikan bibit kepada masyarakat untuk ditanam di lahan milik masyarakat dengan membuat kerjasama bahwa jika budidaya Kelor ini berhasil maka hasilnya akan dijual kembali ke PT. Moringa.

Sedangkan pola tanam campuran ini biasanya ditemukan di luas lahan milik petani di Desa Oebelo yang berkisar antara 0,25-0,75 hektar karena pola tanam ini tidak membutuhkan pengaturan jarak tanam atau larikan sehingga sangat cocok dengan para petani yang menginginkan hasil maksimal dari lahan yang kecil.

### 3.4 Saluran Pemasaran Biji Kelor di Desa Oebelo Kecamatan Amanuban Selatan

Sistem lembaga pemasaran biji Kelor melalui satu lembaga pemasaran yaitu melibatkan pedagang pengumpul. Pedagang pengumpul yaitu orang atau kelompok yang mengumpulkan hasil pertanian langsung dari desa. Petani menjual biji Kelor kepada pedagang pengumpul, karena menurut petani jika dilihat dari segi waktu petani tidak ingin membuang-buang waktu dan biaya transportasi menuju pasar yang jarak tempuhnya adalah 118 Km, yang menyebabkan petani tidak bisa mempengaruhi harga kelor sehingga pedagang pengumpul mempunyai kebebasan dalam menentukan harga beli biji kelor.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap lembaga pemasaran hanya terdapat satu (1) orang yang berperan sebagai pedagang pengumpul yang berumur 42 tahun, dan tingkat pendidikan formal ialah SMP. Pedagang pengumpul juga pernah mengikuti pendidikan nonformal seperti penyuluhan yang dibawa langsung oleh pemilik perusahaan dimana para petani menjual biji Kelor mereka.

Biji kelor yang dikumpulkan oleh pedagang pengumpul kemudian dijual ke perusahaan yang menjadi konsumen akhir, dengan demikian lembaga pemasaran biji kelor yang berasal dari lokasi penelitian terdiri dari tiga yaitu petani, pedagang pengumpul dan konsumen tingkat akhir.

### 3.5 Biaya Produksi Biji Kelor

Biaya produksi untuk petani dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

No	Komponen	Jumlah hari kerja	Jumlah jam kerja/hari	Total biaya (Rp)
1.	Pengepakan	-	-	28.000
2.	Tenaga kerja	6	6	1.560.000
	<b>Jumlah</b>			<b>1.588.000</b>

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui biaya yang dikeluarkan oleh setiap petani untuk pengepakan selama satu tahun adalah Rp 28.000. Untuk biaya benih masyarakat mendapatkan benih secara gratis dari PT. Moringa Kupang dan dalam pembudidayaan biji Kelor ini tidak membutuhkan pupuk. Untuk biaya tenaga kerjanya didapat dari jumlah hari kerja dikali dengan jumlah jam kerja dibagi dengan 7 maka biaya tenaga kerja per hari adalah Rp 5.000. Dalam satu tahun ada 312 hari kerja maka biaya tenaga kerjanya adalah adalah Rp 1.560.000. Jadi, jumlah biaya yang dikeluarkan oleh petani dibagi dengan rata-rata jumlah produksi adalah Rp 9.810 per kilogramnya.

Sedangkan biaya pemasaran untuk Pedagang pengumpul adalah:

No	Komponen	Jumlah (Buah)	Harga (Rp)	Total biaya (Rp)
1.	Pengepakan	518	4.000	2.072.000
2.	Transportasi	3	25.000	75.000
3.	Tenaga Kerja	3	10.000	30.000
	<b>Jumlah</b>			<b>2.177.000</b>

Berdasarkan tabel diatas, jumlah karung yang dibutuhkan pedagang dalam satu tahun adalah 518 karung dimana harga per karungnya adalah Rp 4.000 jadi, total biaya pengepakan adalah Rp 2.072.000 sedangkan transportasi dari Desa Oebelo menuju PT Moringa adalah Rp 25.000. Selama satu tahun dilakukan 3 kali pengantaran jadi total biaya transportasi selama satu tahun adalah Rp 75.000 dan biaya tenaga kerja 10.000 setiap pengantaran jadi total biaya tenaga kerja adalah Rp 30.000 setiap tahunnya.

Jadi jumlah biaya yang dikeluarkan dibagi dengan jumlah produksi biji Kelor setiap tahunnya adalah Rp 168,10 per kilogramnya.

### 3.6 Margin Pemasaran

luran	Lembaga	Harga (Rp/Kg)	Biaya (Rp/Kg)	Keuntungan (Rp/Kg)	Farmer's Share Margin (%)	R/C Ratio
I	Petani	25.000	9.810	15.190	83,33 5000	1,54
	Pengumpul	30.000	168,10	4.831		
Total			492,95	39507,05		

Margin pemasaran merupakan selisih antara harga yang di bayar oleh konsumen akhir dengan harga yang diterima oleh petani, jadi berdasarkan Tabel 4.12 margin pemasaran biji Kelor untuk petani dan pedagang pengumpul adalah Rp 5.000/Kg dengan biaya pemasaran Rp 9.810 per Kg untuk petani dan Rp 168,10 per Kg untuk pedagang pengumpul sehingga keuntungan yang didapat petani adalah Rp 15.190 per Kg dan keuntungan yang didapat pedagang pengumpul adalah Rp 4.831 per Kg. Pedagang pengumpul dari Desa Oebelo ini telah menjadi supplier pada PT Moringa Kupang sejak tahun 2019. Namun, pedagang pengumpul ini hanya memperkirakan keuntungan usahanya tetapi tidak menghitung dengan pasti keuntungan yang didapat ketika

menjalankan usaha ini. Sehingga R/C Ratio yang didapat pedagang pengumpul <1 dengan nilai 0,28 dinyatakan bahwa usahanya tidak menguntungkan. Dengan demikian menjadi penting untuk menganalisis keuntungan karena tujuan usahanya untuk memperoleh keuntungan semaksimal mungkin.

Sedangkan Farmer's share adalah besarnya bagian dari harga yang dibayar oleh konsumen dengan harga yang diterima oleh petani, maka besarnya persentase harga biji Kelor yang diterima petani adalah 83,33%.

R/C Ratio digunakan untuk melihat imbalan keuntungan dan biaya pemasaran. Jika nilai R/C < 1 maka secara ekonomi tidak menguntungkan, jika nilai R/C= 1 maka secara ekonomi tidak menguntungkan dan tidak merugikan, dan nilai R/C > 1 maka secara ekonomi menguntungkan. Dari Tabel 4.12 dapat dilihat nilai R/C Ratio untuk petani adalah 1,54 maka secara ekonomi usaha pemasaran biji Kelor ini menguntungkan, artinya bahwa setiap satu rupiah biaya yang dikeluarkan akan menghasilkan 1,54 rupiah penerimaan.

## 4. SIMPULAN DAN SARAN

Di lahan milik petani di Desa Oebelo menanam tanaman kehutanan dan pertanian yang dapat menambah perekonomian para petani dengan menggunakan sistem agroforestry sederhana dengan pola tanam lorong dan pola tanam campuran. Dimana kombinasi tanamannya adalah Kelor (*Moringa oleifera* lamk.), Asam (*Tamarindus indica*), Jati (*Gmelina arborea*), Lontar (*Borassus flabellifer*), jagung, semangka, lombok, kacang hijau, Pepaya, pisang tomat, kacang tanah dan kelapa.

Saluran pemasaran biji Kelor di Desa Oebelo, Kecamatan Amanuban Selatan Kabupaten Timor Tengah Selatan hanya memiliki satu saluran pemasaran

yaitu petani menjual biji Kelor di pedagang pengumpul yang ada di Desa oebelo lalu selanjutnya pedagang pengumpul langsung ke konsumen akhir dimana konsumen akhir adalah PT Moringa yang ada di Kota Kupang

Margin pemasaran atau selisih harga yang diterima petani dan pedagang pengumpul adalah Rp 5.000/Kg, biaya pemasaran Rp 9.810 per Kg untuk petani dan Rp 168,10 per Kg untuk pedagang pengumpul, sehingga keuntungan yang didapat petani adalah Rp 15.190 per Kg dan keuntungan yang didapat pedagang pengumpul adalah Rp 4.831 per Kg sedangkan Farmer's share atau besarnya persentase harga biji Kelor yang diterima petani adalah 83,33% dan R/C Ratio untuk pedagang <1 ialah 0,28 maka untuk pedagang pemasaran biji Kelor ini tidak menguntungkan. Sedangkan untuk petani menguntungkan karena nilainya >1 ialah 1,54

Berdasarkan simpulan diatas dapat disarankan hal-hal sebagai berikut:

Perlunya kesadaran petani agar menanam Kelor (*Moringa oleifera* Lamk.) lebih banyak lagi, karena meningkatnya permintaan biji Kelor di pasar lokal maupun dunia

Perlu untuk menanam lebih banyak lagi tanaman kehutanan dengan sistem agroforestry agar membentuk tingkatan tajuk yang berlapis-lapis sehingga berpengaruh terhadap konservasi tanah

Sistem pemasaran dengan menggunakan satu saluran sebaiknya dipertahankan karena saluran pemasaran ini dapat meningkatkan pendapatan petani dan tidak adanya hambatan untuk proses pemasarannya.

Perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk mengetahui produktifitas agroforestry

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, C.T. 2018. *Panen Dan Pascapanen Kelor (Moringa oleifera Lamk.) Organik Di PT. Moringa Organik Indonesia, Blora, Jawa Tengah. (Skripsi). Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.*
- Anonim, 2018. *Hasil Hutan Bukan Kayu Unggulan Di Profinsi Nusa Tenggara Timur. Gubernur Nusa Tenggara Timur. Kupang.*
- Asbanu, M. 2018. *Analisis Pemasaran Kubis Di Kecamatan Kuantana Kabupaten Timor Tengah Selatan (Studi Kasus Desa Tetaf Kecamatan Kuantana Kabupaten Timor Tengah Selatan). (Skripsi). Fakultas Pertanian. Universitas Nusa Cendana. Kupang.*
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Timor Tengah Selatan, 2017. *Kecamatan Amanuban Selatan Dalam Angka Tahun 2017.* Soe: Badan Pusat Statistik
- Brata, K.R. 2000. *Falsafah Sains Untuk Penyempurnaan Teknik Budidaya Lorong (Alley Cropping) Pada Lahan Pertanian Berlereng. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.*
- Deos, M.F. 2019. *Pemasaran Kopi Arabika Di Desa Colol Kecamatan Poco Ranaka Timur Kabupaten Manggarai Timur. (Skripsi). Fakultas Pertanian. Universitas Nusa Cendana. Kupang.*
- Khasanah, U. 2008. *Efektifitas Biji Kelor (Moringa oleifera. LAMK) Sebagai Koagulan Fosfat Dalam Limbah Cair Rumah Sakit. (Skripsi). Fakultas Sains dan Teknologi. Universitas Negeri Malang. Malang.*

Krisnadi, A.D.(2018). *Moringa As Feed*.  
Hal. 1-20.

dan Teknologi. Universitas Islam  
Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.

Lubis, N.A. 2019. *Sebaran, Nilai Ekonomi  
Dan Kontribusi Hasil Hutan Bukan  
Kayu Terhadap Pendapatan  
Masyarakat Di Desa Marancar  
Godang Kecamatan Marancar  
Kabupaten Tapanuli Selatan*.  
(Skripsi). Fakultas Kehutanan.  
Universitas Sumatera Utara. Medan.

Manurung, M. 2018. *Perubahan Pola  
Tanam Pada Masyarakat Di Desa  
Pematang Tengah Kecamatan Lima  
Puluh Kabupaten Batubara*.  
(Skripsi). Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik. Universitas Sumatera  
Utara. Medan.

Rohmanudin. 2017. *Analisis Strategi  
Pemasaran Dalam Meningkatkan  
Daya Saing (Studi Pada Industri  
Mebel Di Kecamatan Wayhalim  
Kota Bandar Lampung)*. (Skripsi).  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu  
Politik. Universitas Lampung.  
Bandar Lampung.

Salaka, F.J., B. Nugroho., D.R.  
Nurrochmat. 2012. Strategi  
Kebijakan Pemasaran Hasil Hutan  
Bukan Kayu Di Kabupaten Seram  
Bagian Barat, Provinsi Maluku.  
Maluku. Vol. 9 No. 1 (50-65).

Tonapa, M. 2018. *Pendapatan Petani  
Pada Sistem Agroforestry Berbasis  
Pangi (Pangium Edule Reinw.) Di  
Kelurahan Tongko Sarapung,  
Kecamatan Sangalla, Kabupaten  
Tana Toraja*.(Skripsi). Fakultas  
Kehutanan. Universitas Hasanuddin.  
Makassar.

Yuliasri, I.R. 2010. *Panen Dan  
Pascapanen Kelor (Moringa oleifera  
Lam.) Organik Di PT. Moringa  
Organik Indonesia, Blora, Jawa  
Tengah*. (Skripsi). Fakultas Sains