

**EFISIENSI PEMASARAN KAYU GERGAJIAN SENGON (*Falcataria moluccana*) PADA SAWMILL RAKYAT DI DESA SUKAMARGA
KECAMATAN ABUNG TINGGI KABUPATEN LAMPUNG UTARA**

Skripsi

Oleh

RAFICAL CAHAYA UTAMA



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2019**

ABSTRAK

EFISIENSI PEMASARAN KAYU GERGAJIAN SENGON (*Falcataria moluccana*) PADA SAWMILL RAKYAT DI DESA SUKAMARGA KECAMATAN ABUNG TINGGI KABUPATEN LAMPUNG UTARA

Oleh

RAFICAL CAHAYA UTAMA

Kayu merupakan salah satu sumber daya alam yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. Umumnya kayu yang dimanfaatkan adalah kayu gergajian yang telah diolah pada *sawmill* rakyat. Jenis kayu yang banyak digunakan adalah jenis kayu sengon (*Falcataria moluccana*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran dan menganalisis efisiensi pemasaran kayu gergajian sengon pada *sawmill* rakyat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan observasi langsung dengan lima responden pemilik *sawmill* rakyat yang dipilih secara sengaja (*purposive sampling*). Kelima *sawmill* rakyat yang dipilih adalah *sawmill* yang memproduksi kayu gergajian sengon secara berkelanjutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran kayu gergajian sengon pada *sawmill* rakyat di Desa Sukamarga berjumlah tiga saluran pemasaran, yaitu: (1) *sawmill* – panglong di Kotabumi – industri di luar Kotabumi, (2) *sawmill* – industri di luar Kotabumi, (3) *sawmill* – pedagang

perantara – industri di luar Kotabumi. Berdasarkan indikator *share* dan nilai efisiensi, pemasaran kayu gergajian sengon pada *sawmill* rakyat berjalan dengan efisien. Akan tetapi, jika dilihat dari margin pemasaran, *rasio profit margin*, dan *share* keseluruhan maka pemasaran kayu gergajian sengon di desa ini belum berjalan dengan efisien. Hal ini karena margin pemasarannya terlampaui tinggi, *rasio profit margin* yang tidak merata, dan nilai *share* tidak merata antar lembaga pemasaran. Pemilik *sawmill* rakyat sebaiknya menjual kayu gergajian langsung ke konsumen akhir agar pemasaran berjalan dengan efisien. Standar harga kayu gergajian sengon perlu ditetapkan agar keuntungan yang diraih setiap lembaga pemasaran tersebar dengan merata.

Kata Kunci: kayu gergajian; Lampung Utara; pemasaran; *sawmill*

ABSTRACT

MARKETING EFFICIENCY OF *FALCATARIA MOLUCCANA* ON THE LOCAL COMMUNITY SAWN TIMBER INDUSTRY IN SUKAMARGA VILLAGE, ABUNG TINGGI SUB-DISTRICT, NORTH LAMPUNG REGENCY

By

RAFICAL CAHAYA UTAMA

Wood is one of the natural resources that could be utilized by the community. Generally the wood used was sawn timber which has been treated on sawmills managed by local people. The type of wood that was widely used is the type of *Falcataria moluccana*. This study aims to found out the marketing channels and analyzed the marketing efficiency of sengon sawn timber on sawmills managed by local people. The method used in this study was interviews and direct observation with five respondents of sawmills managed by local people, owners who were deliberately selected (purposive sampling). The five selected sawmills managed by local people were sawmills which produced *Falcataria moluccana* sawn timber sustainably. The results of the study showed that the marketing channels of sengon sawn timber on sawmills managed by local people in Sukamarga Village amount to three marketing channels, namely: (1) sawmill –wood shop in

Kotabumi - Industries outside of the Kotabumi, (2) sawmill - industries outside of the Kotabumi, (3) sawmill - brokers - industries outside of the Kotabumi. Based on the share and value efficiency indicators, the marketing of *Falcataria moluccana* sawn wood on the sawmills managed by local people runs efficiently. However, when viewed from marketing margins, profit margin ratios, and overall share, the marketing of *Falcataria moluccana* sawn wood in this village has not been run efficiently. This is because the marketing margins are too high, the profit margin ratio is uneven, and the share value is not evenly distributed among marketing institutions. The owner of a sawmills managed by local people should sell sawn wood directly to end consumers so that marketing runs efficiently. The standard price of *Falcataria moluccana* sawn timber needs to be set so that the profits achieved by each marketing institution are spread evenly.

Keywords: marketing; North Lampung; sawmills; sawn timber

**EFISIENSI PEMASARAN KAYU GERGAJIAN SENGON (*Falcataria moluccana*) PADA SAWMILL RAKYAT DI DESA SUKAMARGA
KECAMATAN ABUNG TINGGI KABUPATEN LAMPUNG UTARA**

Oleh

RAFICAL CAHAYA UTAMA

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA KEHUTANAN**

pada

**Jurusan Kehutanan
Fakultas Pertanian Universitas Lampung**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2019**

Judul Skripsi : **EFISIENSI PEMASARAN KAYU GERGAJIAN
SENGON (*Falcataria moluccana*) PADA
SAWMILL RAKYAT DI DESA SUKAMARGA
KECAMATAN ABUNG TINGGI KABUPATEN
LAMPUNG UTARA**

Nama Mahasiswa : **Rafical Cahaya Utama**

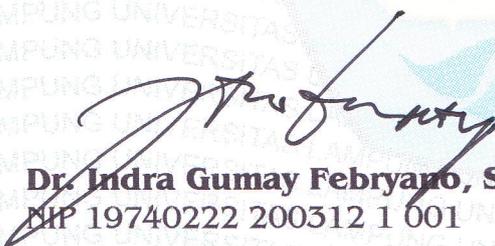
Nomor Pokok Mahasiswa : 1514151057

Program Studi : Kehutanan

Fakultas : Pertanian

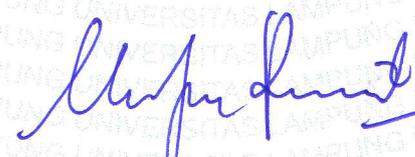
MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing


Dr. Indra Gumay Febryano, S.Hut., M.Si.
NIP 19740222 200312 1 001

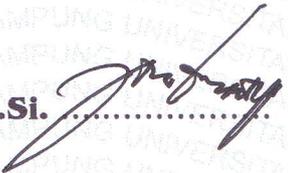

Susni Herwanti, S.Hut., M.Si.
NIP 19810927 200604 2 001

2. Ketua Jurusan Kehutanan

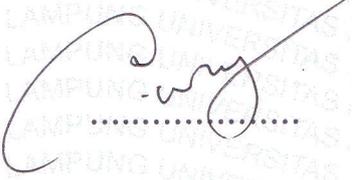

Dr. Melya Riniarti, S.P., M.Si.
NIP 19770503 200212 2 002

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

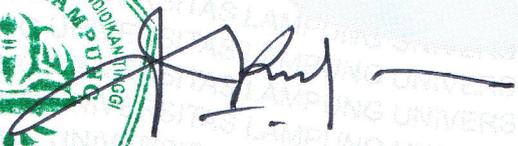
Ketua : Dr. Indra Gumay Febryano, S.Hut., M.Si. 

Sekretaris : Susni Herwanti, S.Hut., M.Si. 

**Penguji
Bukan Pembimbing : Dr. Wahyu Hidayat, S.Hut., M.Sc.** 

2. Dekan Fakultas Pertanian




Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si.
NIP 19611020 198603 1 002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Juli 2019

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Desa Sukamarga, Kecamatan Abung Tinggi, Kabupaten Lampung Utara pada tanggal 27 Maret 1997 sebagai anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Nurdin dan Ibu Hayana. Pendidikan formal pertama penulis diawali pada tahun 2003 di SD Negeri 01 Sukamarga. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan ke SMP Negeri 01 Bukit Kemuning (2009-2012) dan pada tahun 2012 melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 01 Bukit Kemuning. Selama duduk di bangku SMA penulis aktif menjadi atlet sepak bola Kabupaten Lampung Utara dan kapten tim sepak bola SMA 01 Bukit Kemuning periode tahun 2012-2015. Turnamen besar yang telah diikuti penulis adalah Pekan Olahraga Provinsi 2012, Pekan Olahraga Daerah 2013, PON Remaja XIX 2014 dan Piala Presiden 2015.

Pada tahun 2015 penulis diterima di Jurusan Kehutanan, Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN). Selama kuliah penulis aktif di Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Sepakbola dan Himpunan Mahasiswa Kehutanan (Himasylva) sebagai anggota utama. Selama berorganisasi penulis tercatat dua kali ditunjuk sebagai ketua pelaksana kegiatan besar Himasylva, yaitu Olimpiade Olahraga dan Saints Himasylva (O2SH) dan Musyawarah Anggota Istimewa (MAI) tahun 2018. Penulis telah melakukan

Praktik Umum (PU) di KPH Banyumas Timur, Divisi Regional Jawa Tengah pada tahun 2018 dan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Negara Ratu, Kecamatan Pakuan Ratu, Kabupaten Way Kanan pada Januari hingga Februari 2019.

Sebagai salah satu syarat untuk ujian komprehensif, penulis menulis artikel yang dipublikasikan di Jurnal Sylva Lestari Volume 7 Nomor 2 edisi Mei 2019. Selain itu, penulis juga mempresentasikan artikel yang berjudul “Efisiensi Pemasaran Kayu Gergajian Sengon (*Falcataria moluccana*) pada Industri Penggergajian Kayu Rakyat di Desa Sukamarga” pada Seminar Nasional Biologi PBI XXV yang dilaksanakan pada tanggal 26-27 Agustus 2019 di Universitas Lampung.

Ku persembahkan karya kecil ini untuk keluargaku, Ayahanda Nurdin, Ibunda Hayana serta kedua adikku Randi Nurmareta dan Radian Triputra.

SANWACANA

Puji syukur penulis ucapkan ke hadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Efisiensi Pemasaran Kayu Gergajian Sengon (*Falcataria moluccana*) pada Sawmill Rakyat di Desa Sukamarga, Kecamatan Abung Tinggi, Kabupaten Lampung Utara” sebagai salah satu syarat meraih gelar Sarjana Kehutanan pada Jurusan Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung. Salawat serta salam tidak lupa selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta dengan para sahabatnya hingga akhir zaman kelak.

Pada kesempatan kali ini penulis berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu skripsi ini hingga selesai. Ucapan terima kasih disampaikan kepada beberapa pihak sebagai berikut:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Lampung.
2. Ibu Dr. Melya Riniarti, S.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan Kehutanan Fakultas Pertanian Universitas Lampung dan Pembimbing Akademik penulis.
3. Bapak Dr. Indra Gumay Febryano, S.Hut., M.Si., selaku pembimbing pertama atas segala bimbingan, saran, dan motivasinya dalam proses penyelesaian skripsi.

4. Ibu Susni Herwanti S.Hut., M.Si., selaku pembimbing kedua atas segala bimbingan, saran, dan motivasinya dalam proses penyelesaian skripsi.
5. Bapak Dr. Wahyu Hidayat, S.Hut., M.Sc., selaku dosen penguji atas kritik, saran, dan motivasinya dalam proses penyelesaian skripsi.
6. Tim Percepatan Skripsi atas segala bantuan, dukungan, dan motivasinya dalam proses penyelesaian skripsi.
7. Segenap dosen dan pegawai Jurusan Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung atas segala ilmu dan bantuannya.
8. Bapak Ishaq selaku Kepala Desa Sukamarga atas izin untuk melakukan penelitian di Desa Sukamarga.
9. Orangtua penulis, Ayahanda Nurdin dan Ibunda Hayana atas segala doa dan dukungannya selama penulis kuliah hingga menyelesaikan skripsi ini.
10. Saudara penulis, Randi Nurmareta dan Radian Triputra atas segala doa dan dukungannya.
11. Teman teman angkatan 2015 serta keluarga besar Himasyilva atas segala bantuan dan dukungannya. Semoga tali silaturahmi kita selalu terjalin erat amin.
12. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu atas segala dukungannya hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

Bandar Lampung, 24 Juli 2019

Rafical Cahaya Utama

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	i
DAFTAR GAMBAR	ii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang dan Masalah	1
1.2. Tujuan Penelitian	4
1.3. Kerangka Pemikiran	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Pemasaran	6
2.2. Kayu Gergajian.....	11
2.3. Sengon	15
III. METODE PENELITIAN	18
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	18
3.2. Objek dan Alat Penelitian.....	19
3.3. Batasan Penelitian.....	19
3.4. Penentuan Responden.....	19
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	20
3.5.1. Data Primer	20
3.5.2. Data Sekunder	20
3.6. Analisis Data.....	20
3.6.1. Analisis Saluran Pemasaran	20
3.6.2. Analisis Efisiensi Pemasaran.....	21
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1. Karakteristik Lokasi Penelitian.....	23
4.2. Karakteristik <i>Sawmill</i>	24
4.3. Sumber Bahan Baku <i>Log Sengon</i>	25
4.4. Volume Penggergajian Kayu.....	27
4.5. Saluran Pemasaran.....	31
4.6. Efisiensi pemasaran	35
V. SIMPULAN DAN SARAN	45
5.1. Simpulan	45
5.2. Saran	45

	Halaman
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	50
Gambar 4-13.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Stok kayu bulat (<i>log</i>) pada <i>sawmill</i> rakyat di Desa Sukamarga.....	25
2. Volume penggergajian kayu pada <i>sawmill</i> rakyat	28
3. Sortimen dan harga rata-rata kayu gergajian sengon pada <i>sawmill</i> rakyat di Desa Sukamarga.....	33
4. Harga rata-rata kayu gergajian sengon pada panglong di Kotabumi	34
5. Harga rata-rata kayu gergajian sengon pada industri di luar Kotabumi.	34
6. Harga rata-rata kayu gergajian sengon pada pedagang perantara.....	35
7. Analisis efisiensi pemasaran jenis papan dan balok	36
8. Analisis efisiensi pemasaran jenis kasau dan reng.....	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka pemikiran	5
2. Peta lokasi penelitian.....	18
3. Saluran pemasaran kayu gergajian sengon pada <i>sawmill</i> rakyat di Desa Sukamarga	32
4. <i>Sawmill</i> rakyat.....	51
5. Kayu gergajian jenis kasau	51
6. Kayu gergajian jenis balok.....	52
7. Kayu gergajian jenis reng.....	52
8. Proses penggergajian <i>log</i> sengon	53
9. Proses <i>packing</i> kayu gergajian	53
10. Kayu gergajian jenis papan	54
11. Proses bongkar muat kayu gergajian di <i>sawmill</i> rakyat.....	54
12. <i>Bandsaw</i> tipe 36	55
13. Proses bongkar <i>log</i> sengon.....	55

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang dan Masalah

Hutan rakyat merupakan lahan yang ditanami vegetasi kayu maupun non kayu yang dibangun dan dikelola oleh rakyat, sebagian besar berada di atas lahan milik (Hardjanto, 2017). Jenis kayu yang biasa ditanami oleh masyarakat di lahan tersebut menurut Efendi (2011) adalah jenis kayu sengon (*Falcataria moluccana*), afrika (*Maesopsis eminii*), dan jabon (*Anthocephallus cadamba*). Studi yang dilakukan oleh Alviya (2011) menunjukkan jangka waktu panen jenis-jenis kayu yang ditanam di hutan rakyat tersebut tidak lebih dari 6 tahun.

Kayu merupakan salah satu sumber daya alam yang digunakan untuk berbagai keperluan sehari-hari, baik untuk kebutuhan pribadi maupun untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi (Iskandar, 2006). Umumnya kayu dimanfaatkan oleh masyarakat setelah mengalami proses pengolahan, kayu tersebut diolah dalam bentuk dan fungsi sederhana. Pemanfaatan kayu sangat beragam, mulai dari kebutuhan rumah tangga, meubel, bahan bangunan, kebutuhan industri skala kecil dan besar (Parlinahet *al.*, 2015). Kayu memiliki keunggulan dan daya tarik tersendiri dibandingkan jenis bahan bangunan lainnya, karena terlihat lebih indah jika diukir dan mudah diolah dalam berbagai bentuk sesuai pilihan konsumen kayu gergajian (Alviya, 2011).

Kebutuhan kayu gergajian untuk kebutuhan rumah tangga maupun industri yang meningkat akan memberikan dampak positif bagi kilang penggergajian atau *sawmill* yang dikembangkan oleh rakyat (Iskandar, 2006). Industri penggergajian kayu memproduksi beberapa jenis kayu gergajian, seperti: papan, kasau, dan balok (Patulak *et al.*, 2012). *Sawmill* rakyat merupakan industri yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat (Nuryanti, 2017). Studi yang dilakukan oleh Radam (2011) mengatakan bahwa kegiatan penggergajian dilakukan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat, baik untuk pemilik *sawmill*, petani kayu bahkan para pekerja di *sawmill* rakyat mendapatkan pekerjaan, sehingga lapangan pekerjaan tersedia untuk masyarakat. Meningkatnya kebutuhan kayu gergajian akan menguntungkan usaha penggergajian pada *sawmill* rakyat (Radam, 2011).

Pemanfaatan bahan baku harus dilakukan secara efisien. Penentuan efisiensi pemanfaatan bisa dilihat dari *output* dan *input* kayu gergajian yang dihasilkan. Volume produksi kayu gergajian yang besar ditandai jumlah *output* bahan baku yang tinggi menandakan penggergajian berjalan dengan efisien (Sopianoor *et al.*, 2016). Bahan baku kayu yang banyak digunakan di *sawmill* rakyat salah satunya kayu sengon, kayu tersebut merupakan tanaman hutan rakyat yang telah dikembangkan dan dimanfaatkan sebagai kayu gergajian (Nuryanti, 2017). Menurut Iskandar (2006) kayu sengon (*Falcataria moluccana*) mempunyai keunggulan yang baik untuk dikembangkan, keunggulannya yaitu kualitas yang baik dan harga yang terjangkau di pasaran. Perkembangan ini terus meningkat sehingga pemerintah mencanangkan sengon dikembangkan sebagai kayu komersil (Abdullah, 2007).

Penelitian yang dilakukan Tukan *et al.* (2000) menunjukkan bagaimana pemasaran kayu secara dominan ditemukan pada berbagai jalur pemasaran kayu di Provinsi Lampung. Hal ini dapat menggambarkan jalur dan model pemasaran jenis jenis kayu yang berasal dari lahan rakyat. Pemasaran adalah suatu kegiatan dimana berpindahnya produk atau suatu barang dari produsen hingga ke konsumen akhir (Qurniati, 2010). Munawar (2010) dalam studinya mengatakan bahwa kelompok jenis kayu yang memiliki nilai ekonomi rendah dan menengah di pasar, seperti: sengon (*Falcataria moluccana*), pulai (*Alstonia scholaris*), afrika (*Maesopsis eminii*) dan jabon (*Anthocephallus cadamba*) memiliki pola pemasaran kayu yang sama berdasarkan jenis produk akhir yang dipasarkan.

Kegiatan pemasaran kayu gergajian sengon dimulai dari *sawmill* rakyat, dimana *sawmill* rakyat merupakan produsen utama kayu gergajian hingga konsumen akhir. Pemasaran kayu gergajian akan menguntungkan banyak pihak, oleh sebab itu pemasaran kayu gergajian sengon yang berasal dari *sawmill* rakyat sangat menguntungkan untuk dimanfaatkan secara berkelanjutan. Hal ini karena banyak masyarakat yang pekerjaan utamanya adalah pekerja dan operator di *sawmill* rakyat tersebut (Radam, 2011).

Penelitian tentang pemasaran kayu sengon sudah dilakukan oleh Tukan *et al.* (2000), tetapi hanya pemasaran kayu bulat (*log*) sengon saja. Penelitian pemasaran kayu gergajian sengon ini penting, karena dapat memberikan informasi bagaimana meningkatkan keuntungan dari produsen kayu gergajian. Jika pemasarannya berjalan efisien, maka semua lembaga yang terkait akan merasakan dampaknya dan akan meningkatkan pendapatan masyarakat dari penjualan kayu

(Hakim *et al.*, 2009). Berdasarkan uraian di atas, permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana saluran pemasaran kayu gergajian sengon pada *sawmill* rakyat.
2. Bagaimana efisiensi pemasaran kayu gergajian sengon pada *sawmill* rakyat.

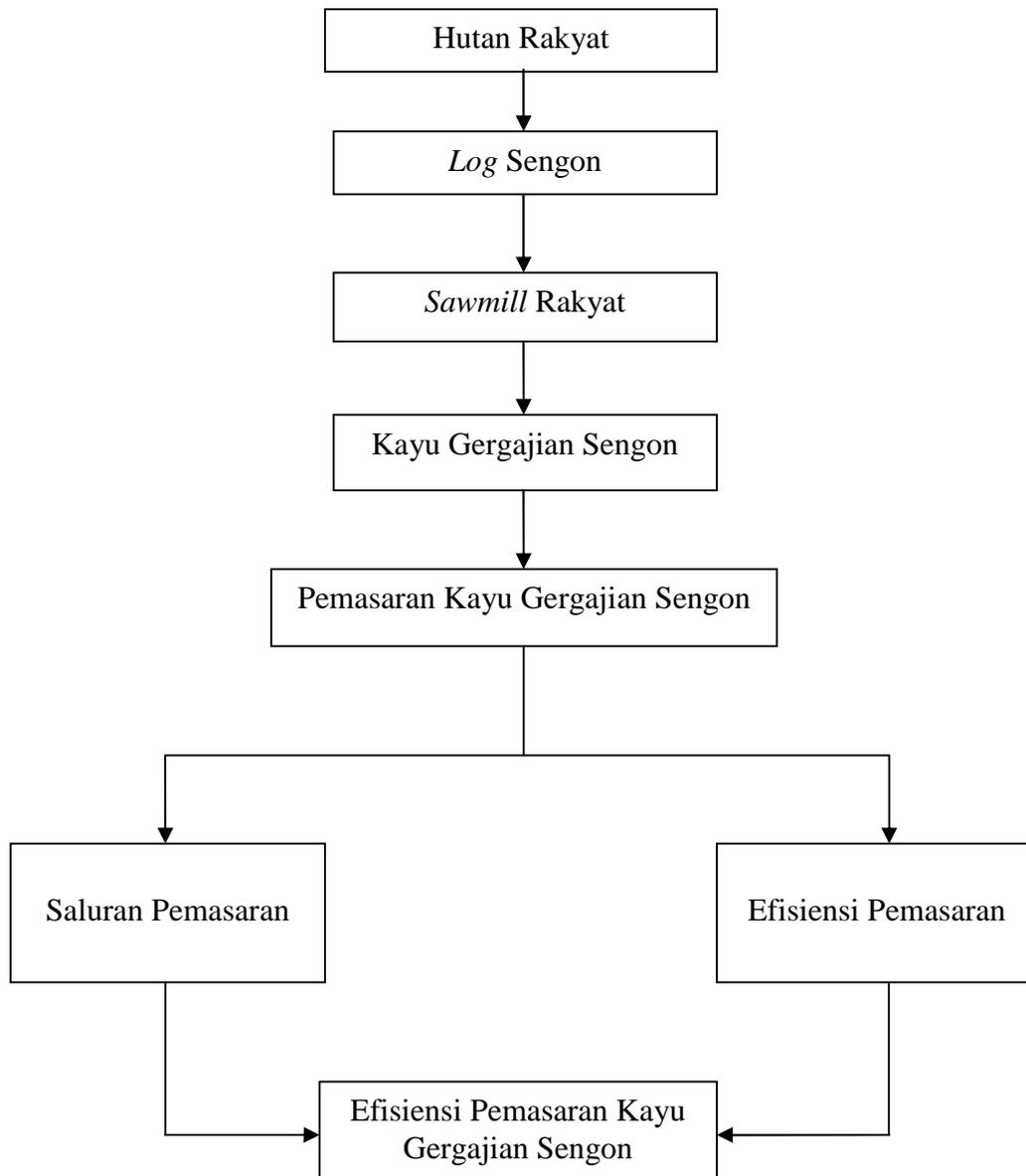
1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Menganalisis saluran pemasaran kayu gergajian sengon pada *sawmill* rakyat.
2. Menganalisis efisiensi pemasaran kayu gergajian sengon pada *sawmill* rakyat.

1.3 Kerangka Pemikiran

Meningkatnya permintaan kayu gergajian memberikan dampak bagi *sawmill* yang dikelola oleh rakyat, salah satu jenis kayu yang digunakan dalam penggergajian kayu adalah sengon. Permintaan kayu gergajian sengon meningkat karena kualitas yang baik dan harga yang terjangkau di pasaran. Pemasaran kayu gergajian sengon yang berasal dari *sawmill* rakyat akan menguntungkan banyak pihak yang terkait dalam proses pemasaran. Kerangka pemikiran disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran

Makkerennu *et al.* (2014) mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajemen, dimana individu-individu atau kelompok dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya melalui pembuatan dan pertukaran suatu produk dan uang dengan individu atau kelompok lainnya. Sugih (2009) mendefinisikan pemasaran secara lebih spesifik sebagai proses aliran komoditi yang disertai perpindahan hak yang dilakukan oleh lembaga pemasaran dengan melaksanakan satu atau lebih fungsi-fungsi pemasaran. Pengertian pemasaran menurut Kotler dan Amstrong (2008) adalah suatu proses sosial yang melibatkan kegiatan kegiatan penting yang memungkinkan individu dan perusahaan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran. Tiga dasar yang harus melandasi konsep pemasaran, sebagai berikut: (1) Adanya orientasi kepada pelanggan, (2) Adanya usaha yang terintegrasi dalam perusahaan dan (3) Adanya sasaran kegiatan yang berupa pencapaian laba.

Pemasaran melibatkan pelayanan pasar konsumen akhir di hadapan para pesaing. Perusahaan dan para pesaingnya memberikan penawaran dan pesanan kepada konsumen, baik secara langsung atau melalui perantara pemasaran. Semua pelaku

dalam sistem ini dipengaruhi oleh kekuatan lingkungan utama (demografi, ekonomi, fisik, teknologi, politik/hukum dan sosial/budaya). Keberhasilan pemasaran tidak hanya tergantung pada tindakan sendiri tetapi juga pada keseluruhan sistem itu dapat melayani kebutuhan konsumen akhir (Kotler dan Amstrong, 2008). Dalam pemasaran terdapat beberapa indikator yang dilihat seperti lembaga pemasaran, saluran pemasaran, margin pemasaran dan efisiensi pemasaran (Qurniati, 2010).

Lembaga pemasaran adalah suatu badan yang berusaha dalam bidang pemasaran, mendistribusikan barang dari produsen sampai konsumen melalui proses perdagangan (Laksananny *et al.*, 2015). Pelaku dalam lembaga pemasaran hasil kayu terdiri dari petani dan bukan petani hutan rakyat (Aziz *et al.*, 2016). Petani hutan rakyat merupakan pelaku utama penghasil hutan rakyat dari lahan miliknya, sedangkan yang bukan petani adalah pihak pihak lain yang terkait dalam usaha hutan rakyat, yaitu: para buruh, penyedia jasa tebang, jasa angkutan, pihak yang bergerak dalam pemasaran dan industri pengolah hasil hutan rakyat. Industri pemasaran tentunya akan banyak efisiensi yang bisa dimanfaatkan bagi pengusaha atau pengelola industri (Prihadi, 2010).

Lingkungan lembaga pemasaran terdiri dari pelaku dan kekuatan yang mempengaruhi pasar dan memiliki kemampuan untuk mengembangkan dan mempertahankan transaksi yang menguntungkan dengan pelanggan targetnya. Lingkungan lembaga, yaitu: perusahaan, pemasok, perantara pasar, pelanggan, pesaing dan publik. Pada kegiatan pemasaran setelah lembaga maka akan ada saluran pemasaran (Munawar, 2010).

Saluran pemasaran adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan atau menjual suatu barang sampai ke tangan konsumen dan konsumen akhir (Qurniati, 2010). Menurut Kotler dan Amstrong (2008) saluran pemasaran adalah sekelompok perusahaan atau perseorangan yang memiliki hak milik suatu barang dan bergantung satu sama lain agar barang dapat dikonsumsi oleh pengguna akhir. Tujuan utama kegiatan pemasaran yaitu pemasaran yang berlangsung efisien bagi semua lembaga pada saluran pemasaran (Aziz *et al.*, 2016).

Sawyer dan Laran (2011) mengatakan bahwa efisiensi pemasaran adalah penilaian prestasi kerja proses pemasaran yang dapat diukur dari peningkatan rasio masuk-keluar (*input-output*) nya kayu. *Input* merupakan paduan tenaga kerja, modal, dan manajemen yang dilakukan oleh lembaga pemasaran dalam penyaluran barang, sedangkan *output* adalah kepuasan konsumen terhadap barang dan aktivitas yang dilakukan oleh lembaga pemasaran. Pasar yang tidak efisien akan terjadi apabila biaya pemasaran semakin besar dan nilai produk yang dipasarkan jumlahnya tidak terlalu besar, oleh karena itu efisiensi pemasaran akan terjadi jika.

1. Biaya pemasaran dapat ditekan sehingga keuntungan pemasaran dapat lebih tinggi.
2. Persentase perbedaan harga yang dibayarkan konsumen tidak terlalu tinggi.
3. Tersedianya fasilitas fisik pemasaran.
4. Adanya kompetisi pasar yang sehat.

Pada umumnya di negara berkembang, empat kriteria di atas digunakan sebagai indikator efisiensi pemasaran (Hamdja *et al.*, 2015).

Menurut Hasyim (2012), terdapat dua konsep efisiensi pemasaran yaitu.

1. Konsep *input-output* rasio

Konsep *input-output* rasio mendefinisikan bahwa efisiensi pemasaran adalah memaksimalkan *input-output* rasio. *Input* (masukan) adalah berbagai kombinasi dari tenaga kerja, modal, dan manajemen yang digunakan oleh kegiatan jual beli untuk memperoleh keuntungan dalam proses pemasaran. *Output* (pengeluaran) adalah kepuasan konsumen terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh lembaga pemasaran.

Penilaian efisiensi pemasaran yang menggunakan rasio *input-output* sukar dilakukan khususnya pengukuran secara kuantitatif *output* pemasaran yaitu kepuasan konsumen dalam mengonsumsi komoditas pertanian. Efisiensi pemasaran dalam konsep *input-output* biasanya dibedakan atas efisiensi operasional dan efisiensi harga. Efisiensi operasional merupakan sifat utama dari output barang dan jasa, tidak mengalami perubahan, tekanan, yang diarahkan kepada upaya mengurangi biaya (*input*) dalam menghasilkan barang dan jasa, sedangkan efisiensi harga merupakan perbaikan dalam tata cara (operasi) pembelian, penjualan dan aspek harga dari proses pemasaran.

2. Konsep analisis struktur, perilaku dan keragaan pasar

- a. Struktur pasar mengacu pada dimensi fisik yang menyangkut definisi industri dan pasar, jumlah perusahaan, produsen dan pabrik dalam berbagai ukuran dan konsentrasi, deskripsi produk dan diferensiasi produk, dan rintangan masuk pasar.

- b. Perilaku pasar mengacu pada perilaku perusahaan atau lembaga pemasaran pada struktur pasar tertentu dan tipe keputusan yang diambil manajer dalam berbagai struktur pasar.
 - c. Keragaan pasar mengacu pada pengaruh nyata struktur dan perilaku yang diukur dari beberapa variabel, yaitu: harga, biaya dan volume *output*.
3. Indikator lain yang dapat melihat ukuran efisiensi pemasaran yaitu:
- a. Margin pemasaran
Tingginya margin pemasaran belum menjamin bahwa sistem pemasaran tidak efisien dan sebaliknya margin pemasaran yang rendah belum tentu sistem pemasaran berjalan efisien. Margin pemasaran terdiri dari biaya pemasaran dan keuntungan lembaga pemasaran.
 - b. Harga di tingkat konsumen
Harga di tingkat konsumen yang bertambah tinggi seringkali dianggap sebagai suatu ukuran dari efisiensi pemasaran. Bagian terbesar meningkatnya harga ditingkat konsumen itu disebabkan oleh faktor diluar efisiensi pemasaran.
 - c. Terjadinya fasilitas fisik pemasaran
Fasilitas fisik pemasaran seperti pengangkutan, pengolahan, dan sebagainya yang kurang memadai juga sering kali digunakan sebagai penyebab dari tidak efisiennya pemasaran.
 - d. Persaingan pasar
Struktur pasar yang bersaing sempurna dikategorikan sebagai sistem pemasaran yang efisien dari pada struktur pasar tidak bersaing sempurna, misalnya: monopoli, oligopoli dan monopsoni (Hasyim, 2012).

Indikator lain untuk menilai efisiensi sistem pemasaran *Ratio Profit Margin* (RPM) atau margin keuntungan masing-masing lembaga pemasaran adalah perbandingan antara tingkat keuntungan lembaga pemasaran dengan biaya yang dikeluarkan (Qurniati, 2010).

Herliana (2011) mendefinisikan margin pemasaran sebagai perbedaan harga yang dibayarkan oleh penjual pertama dan harga yang dibayar oleh pembeli terakhir. Berdasarkan pengertian tersebut menunjukkan selisih harga dari dua tingkat rantai pemasaran yang terkait. Margin pemasaran juga dinyatakan sebagai jasa dari pelaksanaan kegiatan sejak tingkat produsen sampai tingkat konsumen (Hero, 2008).

Komponen margin pemasaran yaitu komponen biaya pemasaran dan komponen keuntungan pemasaran. Besarnya biaya pemasaran dan keuntungan pemasaran berbeda untuk setiap jenis produk dan tingkat pemasaran. Perbedaan waktu dilakukannya kegiatan atau aktivitas pemasaran juga merupakan faktor yang menimbulkan perbedaan pada biaya dan margin keuntungan dan yang didapatkan (Widyaningsih dan Diniyati, 2010). Margin pemasaran yang dikemukakan oleh Laksananny *et al.* (2015) menunjukkan keterkaitan antara permintaan, penawaran dan harga.

2.2 Kayu Gergajian

Menurut Sugih (2009) salah satu sumber bahan baku industri penggergajian kayu berasal dari hutan rakyat. Kebutuhan kayu hutan rakyat mutlak dibutuhkan mengingat permintaan terhadap bahan baku kayu sangat tinggi,

sementara hutan milik pemerintah tidak mampu untuk memenuhi kebutuhan kayu untuk pasokan kayu gergajian (Windawati, 2009). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Nasional (2018), produksi kayu bulat di Indonesia tahun 2018 mencapai 48,73 juta m³ dengan kontribusi hutan tanaman mencapai 82,36% atau 40,13 juta m³ dan kontribusi hutan alam sebesar 17,64% atau 8,59 juta m³. Produksi kayu gergajian di Indonesia pada tahun yang sama hanya mencapai 2,8 juta m³.

Industri penggergajian kayu adalah suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah barang dasar menjadi barang jadi atau barang setengah jadi, dan mengubah barang dari yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya untuk mendekati produk tersebut kepada konsumen akhir (Negro, 2015). Industri penggergajian kayu merupakan barometer peningkatan perekonomian nasional dan faktor kunci dalam upaya meningkatkan penerimaan negara dari sektor kehutanan (Vasileiou, 2011). Pemerintah berkeinginan untuk meningkatkan kontribusi sektor kehutanan dalam perekonomian Indonesia dengan mendorong penerapan kebijakan pengembangan industrialisasi kehutanan dengan adanya kebijakan UU No. 41 tahun 1999 yang menjadikan industri pengolahan kayu sebagai penopang perekonomian (Suryandari, 2008).

Menurut Nuryanti (2017) industri penggergajian merupakan suatu unit usaha yang menggunakan bahan baku kayu. Alat utamanya yaitu: gergaji, mesin penggerak dan dilengkapi dengan berbagai alat atau mesin pembantu. Penggergajian merupakan proses awal yang sederhana dalam rentetan industri

pengolahan kayu. Proses penggergajian merupakan proses terpenting dalam industri pengolahan kayu, karena tahap tersebut kayu akan lebih mudah untuk diproses karena telah dibagi menjadi berbagai sortimen (Iskandar, 2006).

Umumnya bahan baku yang digunakan industri penggergajian berasal dari kayu bulat (*log*) dan balok. Penggergajian dapat pula berfungsi meningkatkan nilai atau kualitas kayu dengan cara menghilangkan bagian yang cacat atau membuat sortimen tertentu yang nilainya lebih tinggi (Pranamornkith, 2014).

Perkembangan industri perkayuan yang sangat pesat, sehingga menyebabkan kapasitas total industri perkayuan Indonesia melampaui kemampuan hutan produksi untuk menyediakan bahan baku secara lestari (Pasaribu dan Roliadi, 2006). Kebijakan yang mendukung kemajuan industri kehutanan diharapkan dapat turut mempertahankan kelestarian hutan. Pengolahan hasil hutan tidak boleh melebihi daya dukung hutan secara lestari, artinya bahwa kapasitas industri pengolahan kayu tidak boleh melebihi daya dukung hutan yaitu berupa pasokan bahan baku kayu bulat untuk industri tersebut (Nuryanti, 2017).

Industri penggergajian kayu lebih dikenal masyarakat dengan kata *sawmill*, dengan definisi yaitu tempat penggergajian atau kilang gergajian yang sebagian besar dikelola oleh rakyat (Patulak *et al.*, 2012). *Sawmill* rakyat merupakan industri penambahan nilai, dengan meningkatnya industri *sawmill* maka nilai tambah yang diperoleh masyarakat akan meningkat (Nuryanti, 2017). Studi yang dilakukan oleh Radam (2011) mengatakan kegiatan penggergajian dilakukan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat, baik untuk pemilik *sawmill*, petani kayu, perusahaan kerajinan kayu, bahkan para pekerja di

sawmill rakyat mendapatkan pekerjaan sehingga lapangan pekerjaan tersedia. Banyaknya bahan baku yang tersebar luas di daerah, membuat penggajian di *sawmill* rakyat akan sangat menguntungkan.

Bahan baku yang banyak digunakan di *sawmill* rakyat adalah kayu jenis sengon yang berasal dari hutan rakyat (Radam, 2011). Sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Kehutanan No P.9/Menhut-II/2012 tentang pemenuhan bahan baku industri primer hasil hutan kayu bahwa salah satu bahan baku adalah jenis kayu yang berasal dari hutan rakyat atau hutan hak. Kayu yang digunakan harus memiliki Sertifikasi Legalitas Kayu (SLK) yang diberikan kepada pemegang izin atau pemilik hutan hak yang menyatakan bahwa pemegang izin atau pemilik hutan hak telah mengikuti standar legalitas kayu (*legal compliance*) dalam memperoleh hasil hutan kayu (Permenhut No.P.38/Menhut-II/2009 Pasal 1 Ayat 12). SLK bersifat *mandatory*, maka semua perusahaan atau industri perindustri kayu di Indonesia wajib mengikuti.

Pemanfaatan bahan baku kayu *log* harus dilakukan secara efisien dalam menentukan efisiensi pemanfaatan bisa dilihat dari jumlah kayu gergajian yang dihasilkan. Besarnya volume produksi yang dapat dihasilkan dari *input* bahan baku kayu yang diberikan dalam setiap proses produksi biasa disebut dengan istilah *rendemen* (Sopianoor *et al.*, 2016). Peningkatan hasil penggajian pada industri pengolahan kayu pada akhirnya merupakan suatu penilaian tentang peningkatan efisiensi di dalam pemanfaatan bahan baku, sehingga untuk memperoleh data atau informasi tentang efisiensi pemanfaatan bahan baku perlu dilakukan (Sopianoor *et al.*, 2016).

2.3 Sengon(*Falcataria moluccana*)

Sengon merupakan salah satu jenis tanaman yang tumbuh dengan cepat di daerah tropis (Iskandar, 2006). Pada tahun 1871, Teysmann menemukan tanaman sengon di pedalaman Pulau Banda, yang kemudian dibawa ke Kebun Raya Bogor, dan dari kebun inilah, kemudian sengon tersebar ke berbagai daerah mulai dari Pulau Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, sampai Irian Jaya. Saat ini sengon juga dijumpai di Filipina, Malaysia, Srilanka, dan India. Kayu sengon dikenal dengan nama latin *Falcataria moluccana*, merupakan pohon serbaguna yang bernilai untuk daerah tropis beriklim lembab, yang dapat digunakan sebagai kayu *pulp* (bubur kertas), kayu bakar, pohon hias dan bahan baku produk kayu gergajian sistem tumpang sari (Hakim *et al.*, 2009).

Praptoyo dan Puspitasari (2012) mengatakan kayu sengon memiliki berat jenis yang ringan dan memiliki tekstur yang halus sampai cukup halus. Warna kayu bagian gubal adalah kuning cerah sampai merah kecoklatan, sedangkan berat jenis kayu ini antara 230-500 kg/m³ pada 12%-15% *moisture content* (kadar air). Kayu sengon ini apabila bersentuhan langsung dengan tanah dapat bertahan antara 0,5 – 2,1 tahun, namun apabila dirawat dengan perlakuan tertentu dapat bertahan hingga 15 tahun pada kondisi iklim tropis (Awaludin dan Astuti, 2016). Sengon dapat tumbuh di berbagai jenis tanah. Pohon ini tidak harus dapat tumbuh pada tanah fertil, melainkan dapat juga tumbuh di tanah kering ataupun tanah yang lembab. Penanaman Sengon di Pulau Jawa berdasarkan penelitian dapat dilakukan pada berbagai jenis tanah, tetapi tidak pada tanah berjenis *grumusols* (Praptoyo dan Puspitasari, 2012).

Berikut adalah klasifikasi ilmiah dari tanaman sengon menurut Hardjanto (2017):

Kingdom : *Plantae* (tumbuh-tumbuhan)

Sub kingdom : *Tracheobionta* (tanaman vasculer)

Super division : *Spermatophyta* (tanaman berbiji)

Division : *Magnoliophyta* (tanaman berbunga)

Classis : *Magnoliopsida* (dikotil)

Sub classis : *Rosidae*

Ordo : *Fabales*

Familia : *Fabaceae (leguminoceae)*

Genus : *Falcataria*

Spesies : *Falcataria moluccana*(Miq.) Barneby & J.W Grimes

Nama ilmiah sengon adalah *Falcataria moluccana* (Miq.) Barneby & J.W Grimes namun juga sering disebut *Albizzia falcataria* dan *Parasarianthes falcataria*.

Ketiga nama ilmiah ini dibenarkan secara ilmiah, namun penggunaan *Falcataria moluccana* lebih dianjurkan (Baskorowati, 2014).

Siregar (2008) menjelaskan bahwa sengon (*Falcataria moluccana*) adalah salah satu pohon yang tercepat pertumbuhannya di dunia. Pohon sengon umumnya berukuran cukup besar hingga tinggi pohon mencapai 40 m, dan tinggi bebas cabang mencapai 20 m. Diameter pohon dewasa dapat mencapai 100 cm atau bahkan lebih, dengan tajuk lebar mendatar. Apabila tumbuh di tempat terbuka sengon cenderung memiliki tajuk yang terbentuk seperti kubah atau payung.

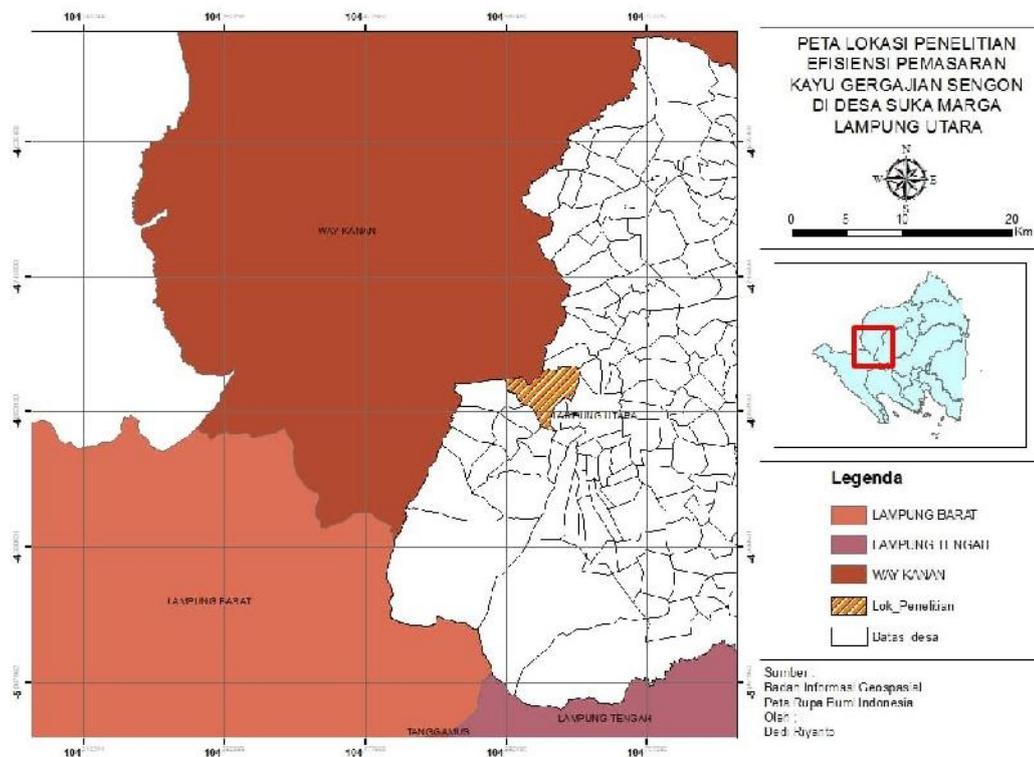
Pohon sengon pada umumnya tidak berbanir meskipun di lapangan kadang dijumpai pohon dengan banir kecil. Permukaan kulit batang berwarna putih, abu-

abu atau kehijauan, halus, kadang-kadang sedikit beralur dengan garis-garis lentisel memanjang (Krisnawati *et al.*, 2011). Batang sengon tumbuh tegak lurus, kulit luar batangnya licin dan berwarna kelabu keputih-putihan. Kayu sengon mempunyai serat membujur dan berwarna putih (Warisno dan Dahana, 2009).

III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian pemasaran kayu gergajian sengon pada *sawmill* rakyat dilakukan di Desa Sukamarga, Kecamatan Abung Tinggi, Kabupaten Lampung pada bulan November 2018 sampai Januari 2019. Peta lokasi penelitian disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Peta lokasi penelitian.

3.2. Objek dan Alat Penelitian

Objek penelitian ini adalah industri *sawmill* rakyat yang ada di Desa Sukamarga, Kecamatan Abung Tinggi, Kabupaten Lampung Utara. Alat penelitian yang digunakan adalah alat tulis, panduan pertanyaan, kamera, laptop dan alat penunjang lainnya.

3.3. Batasan Penelitian

Penelitian dilakukan hanya berada di lingkup Desa Sukamarga, Kecamatan Abung Tinggi, Kabupaten Lampung Utara. Analisis saluran pemasaran dilakukan mulai dari *sawmill* rakyat yang merupakan produsen utama kayu gergajian hingga konsumen akhir di Kabupaten Lampung Utara.

3.4. Penentuan Responden

Responden penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive sampling*). Jumlah responden sebanyak lima pemilik *sawmill* rakyat di Desa Sukamarga yang memenuhi kriteria dari tujuan penelitian. Kategori *sawmill* rakyat yang dijadikan sampel adalah *sawmill* rakyat yang memproduksi kayu gergajian sengon secara berkelanjutan. Sampel responden pada saluran pemasaran dilakukan dengan *snowball sampling*, hal ini karena jumlah lembaga pada saluran pemasaran belum diketahui. Teknik *snowball sampling* digunakan untuk mengidentifikasi, memilih dan mengambil sampel suatu responden yang tidak dapat ditentukan dengan jelas. Sehingga peneliti memanfaatkan individu kunci sebagai sumber untuk pengumpulan data lembaga pemasaran kayu gergajian sengon.

3.5. Metode Pengumpulan Data

3.5.1. Data Primer

Data primer diperoleh melalui observasi, yaitu suatu cara pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap suatu objek dan mengadakan pencatatan terhadap saluran pemasaran dan efisiensi pemasaran kayu gergajian sengon. Cara lain dalam pengumpulan data yaitu dengan wawancara.

Wawancara dilakukan terhadap pemilik *sawmill* rakyat yang merupakan produsen kayu gergajian sengon dengan menggunakan panduan pertanyaan.

3.5.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari studi pustaka, studi dokumentasi, data tertulis, ataupun data hasil pemasaran kayu gergajian sengon pemilik *sawmill* rakyat mengenai pemasaran kayu gergajian sengon, mulai dari asal bahan baku kayu *log*, harga beli dan harga jual hingga konsumen akhir.

3.6. Analisis Data

3.6.1. Analisis Saluran Pemasaran

Analisis saluran pemasaran ditujukan untuk mengetahui saluran pemasaran yang ada dalam pemasaran kayu gergajian sengon. Analisis saluran pemasaran dilakukan dengan mengamati proses pemasaran yang melibatkan semua pihak yang terlibat, mulai dari *sawmill* rakyat selaku produsen kayu gergajian sengon, hingga konsumen akhir kayu gergajian sengon. Penentuan efisiensi pemasaran bisa dilihat dari jumlah lembaga pada saluran pemasaran. Semakin pendek saluran pemasaran tersebut, maka semakin efisien (Qurniati, 2010).

3.6.2. Analisis Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran dapat dilihat dengan menganalisis margin pemasaran, RPM, *share* (keuntungan) dan nilai efisiensi pemasaran pada setiap lembaga pada pemasaran kayu gergajian sengon. Data tersebut dianalisis secara kuantitatif. Analisis margin pemasaran ini dapat dijadikan indikator efisiensi pemasaran dengan membandingkan *Rasio Profit Margin*, *share* (keuntungan) dan nilai efisiensi pemasaran pada industri *sawmill* rakyat. Hasyim (2012) mengatakan rumus margin pemasaran secara matematis dapat dituliskan sebagai berikut:

a. Margin pemasaran

$$M_p = P_r - P_f$$

Keterangan:

M_p = Margin lembaga pemasaran tingkat ke-I (Rp/m³)

P_r = Harga di tingkat konsumen (Rp/m³)

P_f = Harga di tingkat produsen (Rp/m³)

b. Keuntungan

Keuntungan pada setiap lembaga pemasaran dapat dihitung dengan rumus :

$$\pi_i = M_p - b_{ti}$$

Keterangan:

π_i = keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i (Rp/m³).

M_p = Margin pemasaran tingkat ke-i (Rp/m³)

b_{ti} = biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i (Rp/m³).

c. *Share* Harga

Share harga yaitu persentase harga yang diterima oleh produsen dari harga pada konsumen akhir. Menurut Hasyim (2012) nilai *share* harga bisa dihitung dengan rumus:

$$Sp = \frac{pr}{pf} \times 100\%$$

Keterangan:

Sp = *Share* yang diterima produsen

Pf = Harga pada lembaga pemasaran tingkat ke-i (Rp/m³)

Pr = Harga di tingkat konsumen (Rp/m³)

d. *Rasio Profit Margin*

Penyebaran margin pemasaran dapat dilihat berdasarkan persentase keuntungan terhadap biaya pada masing masing lembaga pemasaran. Menurut Hasyim (2012) rumus RPM adalah sebagai berikut:

$$RPM = \frac{i}{bti}$$

Keterangan:

bti = biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i (Rp/m³)

π_i = keuntungan lembaga pemasaran tingkat ke-i (Rp/m³).

e. Efisiensi pemasaran

Menurut Erzan *et al.* (2015) jika nilai EP (efisiensi pemasaran) >1 berarti tidak efisien, jika <1 dipastikan pemasaran tersebut berjalan dengan efisien.

$$EP = \frac{\text{Biaya pemasaran (Rp/m}^3\text{)}}{\text{Nilai produk (Rp/m}^3\text{)}}$$

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terdapat tiga saluran pemasaran kayu gergajian sengon pada *sawmill* rakyat di Desa Sukamarga yaitu: (1) *sawmill* – panglong di Kotabumi – industri di luar Kotabumi (2) *sawmill* – industri di luar Kotabumi (3) *sawmill* – pedagang perantara – industri di luar Kotabumi. Berdasarkan indikator *share* dan nilai efisiensi, pemasaran kayu gergajian sengon pada *sawmill* rakyat berjalan dengan efisien. Akan tetapi, jika dilihat dari margin pemasaran, *rasio profit margin*, dan *share* keseluruhan maka pemasaran kayu gergajian sengon di desa ini belum berjalan dengan efisien. Hal ini karena margin pemasarannya terlampau tinggi, *rasio profit margin* yang tidak merata, dan nilai *share* tidak merata antar lembaga pemasaran.

5.2 Saran

Penelitian ini diharapkan mampu membantu *sawmill* rakyat dalam proses pemasaran kayu gergajian sehingga kedepannya keuntungan yang dihasilkan semakin besar. Pemasaran akan berjalan dengan efisien jika pemilik *sawmill* rakyat langsung menjual kayu gergajian ke konsumen akhir. Hal ini akan

memperbesar keuntungan yang dihasilkan oleh produsen dan memangkas biaya pemasaran kayu gergajian sengon. Standar harga perlu diterapkan pada pemasaran kayu gergajian sengon, agar keuntungan yang dihasilkan seluruh lembaga pemasaran tersebar dengan merata.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, N. 2007. Analisis keterkaitan pusat industri pengolahan kayu dan wilayah pembangunan hutan tanaman rakyat di sulawesi selatan. *Jurnal Hutan dan Masyarakat*. 1(2): 268-279.
- Alviya, L. 2011. Efisiensi dan produktivitas industri kayu olahan Indonesia periode 2004-2007 dengan pendekatan non parametrik data development analysis. *Jurnal Penelitian Sosial Ekonomi Kehutanan*. 8(3): 122-138.
- Anatika, E., Kaskoyo, H., Febryano, I. G. dan Banuwa, I.S. 2019. Pengelolaan hutan rakyat di kabupaten tulang bawang barat. *Jurnal Sylva Lestari*. 7(1): 42-51.
- Ardhana, A. dan Syarifudin. 2013. Kajian pemasaran hasil hutan non kayu dari hutan rakyat pola agroforestry di desa kertak empat kabupaten banjar. *Jurnal Hutan dan Masyarakat*. 1(1): 106-114.
- Awaludin, A. dan Astuti, P. 2016. Study on utilization of sengon for three hinged gable frame structures. *Journal of Engineering and Technology Innovation*. 6(2): 232-241.
- Aziz, S., Rusman, Y. dan Sudrajat. 2016. Analisis saluran pemasaran kripik ubi kayu. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*. 2(2): 124-130.
- Badan Pusat Statistik Nasional. 2018. *Data Produksi Kayu Bulat di Indonesia*. Buku. Badan Pusat Statistik. Jakarta Pusat. 40 hlm.
- Baladina, N., Anindita, R. dan Ariani, R.P. 2011. Analisis efisiensi pemasaran durian di desa wonoagung kabupaten malang. *Jurnal Habitat*. 22(1): 1-11.
- Balfas, J. 1989. Pengaruh kecanggihan mesin terhadap akurasi ukuran kayu gergajian. *Forest Product Research Journal*. 6(5): 331-333.
- Baskorowati, L. 2014. *Budidaya Sengon Unggul (falcataria moluccana) untuk Pengembangan Hutan Rakyat*. Buku. IPB Press. Jakarta. 48 hlm.

- Desiana, C., Rochdiani, D. dan Pardani, C. 2017. Analisis saluran pemasaran kopi robusta di desa kalijaya kecamatan banjar sari kabupaten ciamis. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*. 3(1): 162-173.
- Effendi, R. 2011. Kajian tata niaga kayu rakyat di pulau jawa bagian barat. *Jurnal Penelitian Hutan Tanaman*. 8(3): 251-258.
- Erzan, M. F., Taslim. dan Masdar, A. S. 2015. Analisis saluran, margin, dan efisiensi pemasaran itik lokal pedaging. *Jurnal Peternakan Padjajaran*. 1(1): 1-12
- Ezpinoza, O., Buehlmann, U. dan Mallo, M.F.L. 2015. Marketing strategis of us producer. *Journal Bio Resources*. 10(3): 6942-6952.
- Fanani, Z., Budiwibowo, S. dan Murwani. 2017. Hubungan strategi pemasaran kayu jati terhadap peningkatan volume penjualan pada kantor komersial kayu wilayah madiun. *Jurnal Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi*. 5(3): 450-460.
- Febryano, I.G. 2008. Analisis finansial agroforestri kakao di lahan hutan negara dan lahan milik. *Jurnal Perennial*. 4(2): 41-47.
- Febryano, I. G., Suharjito, D. dan Soedomo, S. 2009. Pengambilan keputusan pemilihan jenis tanaman dan pola tanam di lahan hutan negara dan lahan milik: studi kasus di desa sungai langka, kecamatan gedong tataan, kabupaten pesawaran, provinsi lampung. *Forum Pascasarjana*. 32(1): 129-141.
- Hakim, I., Indartik. dan Suryandari, Y. 2009. Analisis tataniaga dan pasar kayu sengon di kabupaten wonosobo dan kabupaten temanggung, jawa tengah. *Jurnal Pusat Penelitian Sosial Ekonomi dan Kebijakan Kehutanan*. 1(1): 12-24.
- Hamdja, K. F., Nurrochmat. dan Yovi, E. 2015. Analisis pemasaran hasil hutan bukan kayu (hhbk) kenari di pulau makian provinsi maluku utara. *Jurnal Risalah Kebijakan Pertanian dan Lingkungan*. 2(2): 25-32.
- Hardjanto. 2017. *Pengelolaan Hutan Rakyat*. Buku. Institut Pertanian Bogor. Bogor. 174 hlm.
- Hasyim, A. I. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Buku. Universitas Lampung. Bandar Lampung. 253 hlm.
- Hero, Y. 2008. Strategi pemasaran mebel kayu sentra industri kecil pondok bambu jakarta timur. *Jurnal Penelitian Sosial Ekonomi Kehutanan*. 14(1): 73-80.

- Herliana, L. 2011. *Pemasaran Kayu Rakyat di Kecamatan Pamarican, Kabupaten Ciamis, Provinsi Jawa Barat*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor. 126 hlm.
- Herwanti, S. 2015. Potensi kayu rakyat pada kebun campuran di desa pesawaran indah kabupaten pesawaran. *Jurnal Sylva Lestari*. 3(3): 113-120.
- Hidayat, W., Sya'bani, M., Purwawangsa, H., Iswanto, P. dan Febrianto, F. 2011. Effect of wood species and layer structure od physical and mechanical properties of strand board. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Kayu Tropis*. 9(1): 134-140.
- Iskandar, I. M. 2006. Pemanfaatan kayu hutan rakyat sengon untuk kayu rakitan. *Prosiding Seminar Hasil Litbang Hasil Hutan*. Bogor. 2(1): 183-195.
- Kementerian Dalam Negeri. 2018. *Sistem Informasi Desa dan Kelurahan Direktorat Jenderal Bina Marga Pemerintahan Desa Kementerian Dalam Negeri*. <https://www.Prodeskel.binapemdes.kemendagri.go.id.html>. Diakses pada 26 Maret 2019.
- Kotler, P. dan Amstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Buku. Erlangga. Jakarta. 239 hlm.
- Krisnawati, H., Varis, E., Kallio, M. dan Kanninen, M. 2011. *Ekologi, Silvikultur, dan Produktivitas Kayu Sengon*. Buku. CIFOR. Bogor. 13 hlm.
- Laksananny, A. S., Arniawati. dan Sari, R. 2015. Efisiensi pemasaran kayu jabon. *Jurnal Ecogreen*. 1(3): 101-108.
- Makkerennu., Nakayasu, A., Osozawa, K. dan Ichikawa, M. 2014. Analysis of the demand market of indonesian plywood in japan. *Internasional Journal of Sustainable Future for Human Security*. 2(1): 1-7.
- Munawar, A. 2010. *Analisis dan Nilai Tambah Pemasaran Kayu Sengon Gergajian*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor. 87 hlm.
- Nandika, D., Darmawan, W. dan Arinana. 2015. Peningkatan kualitas kayu sengon melalui teknik kompregnasi. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*. 25(4): 125-135.
- Negro, F. 2015. Development of framed poplar plywood for acoustic invrovement. *Journal of Forest Institute Milano*. 6(1): 1-21.
- Ningsie, I.U. 2016. Produktivitas dan rendemen kayu gergajian di perusahaan iuiphhk pt katingan timber. *Jurnal Agribisnis Perikanan*. 9(1): 16-22.
- Nuryanti, M. D. 2017. Analisis pemanfaatan kayu gergajian di ud Sumarni kecamatan sukamaju kabupaten luwu utara. *Jurnal Tabarro*. 1(2): 24-36.

- Pasaribu, A. R. dan Roliadi, H. 2006. Kajian potensi kayu pertukangan dari hutan rakyat di Jawa Barat. *Prosiding Seminar Hasil Litbang Hasil Hutan*. Bogor. 13 hlm.
- Parlinah, N., Irawanti, S., Suka, A.P. dan Ginoga, K. L. 2015. Distribusi nilai tambah dalam rantai nilai kayu sengon dari Kabupaten Pati Jawa Tengah. *Jurnal Penelitian dan Sosial Ekonomi Kehutanan*. 12(1): 77-87.
- Patulak, M. I., Lahjie, A. M., Budiarmo, E. dan Simarankir, B.D.A.S. 2012. Optimalisasi pada produksi kayu lamina. *Jurnal Hutan Tropis*. 1(1): 121-131.
- Permadi, R. 2017. Analisis efisiensi pemasaran pisang kapok di Kabupaten Seruyan. *Journal of Agricultural Sciences*. 1(1): 120-128.
- Pranamornkith, T. D. 2014. Effect of fumigant dose timber moisture content greing sealing and chamber load factor on sorption by sawn timber fumigated with ethanedintrile. *Journal of Plants and Food Research Limited*. 6(3): 66-74.
- Praptoyo, H. dan Puspitasari, R. 2012. Variasi sifat anatomi kayu sengon. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Kayu Tropis*. 1(1): 1-14.
- Prihadi, N. D. 2010. Kelembagaan kemitraan industri pengolahan kayu. *Jurnal Penelitian Sosial dan Ekonomi Kehutanan*. 7(2): 127-138.
- Qurniati, R. 2010. *Pemasaran Hasil Hutan*. Buku. Universitas Lampung. Bandar Lampung. 115 hlm.
- Rachman, O. dan Balfas, J. 1988. Pengaruh pengerasan mata gergaji terhadap beberapa sifat penggergajian. *Journal of Forest Product Research*. 5(5): 279-286.
- Radam, R. R. 2011. Studi produktivitas dan rendemen industri penggergajian kayu akasia daun lebar di Kecamatan Landasan Ulin Kota Banjarbaru Kalimantan Selatan. *Jurnal Hutan Tropis*. 12(2): 99-107.
- Sawyer, G. A. dan Laran, J. 2011. The readability of marketing. *Journal of Marketing*. 7(2): 108-117.
- Siregar, I. S. 2008. *Kayu Sengon*. Buku. Penebar Sadaya. Jakarta. 78 hlm.
- Siadari, T.P., Hilmanto, R. dan Hidayat, W. 2013. Potensi kayu rakyat dan strategi pengembangannya studi kasus di Desa Buana Sakti Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Sylva Lestari*. 1(1): 75-84.

- Sopiannoor., Yahya, Z. dan Biantary, M.P. 2016. Studi rendemen bahan baku *log* pada iu-iphhk rusmandiansyah di kecamatan damai kabupaten kutai barat. *Jurnal Agrifor*. 15(2): 289-296.
- Sugih, I, F.2009. *Studi Pemasaran Kayu Rakyat di Kabupaten Sukabumi*. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor. 92 hlm.
- Suryandari, Y. E. 2008. Analisis permintaan kayu bulat industri pengolahan kayu. *Jurnal Penelitian Sosial dan Ekonomi Kehutanan*. 5(1): 15-26.
- Syah, M. E., Makkarenu dan Supratman. 2018. Sistem pemasaran kayu rakyat di kabupaten bulukumba sulawesi selatan. *Jurnal Hutan dan Masyarakat*. 10(3): 192-202.
- Tukan, C.J.M., Yulianti., Roshetko, J.M. dan Darusman, D. 2000. *Pemasaran Kayu dari Lahan Petani di Propinsi Lampung*. Buku. Bogor, Indonesia. 25 hlm.
- Vasileiou, V. 2011. Properties of thin 3-ply- plywood constructed with tree of heaven and poplar wood. *Journalof Internasional Conference*. 5(1): 1-15.
- Warisno dan Dahana, K. 2009. *Investasi Sengon: Langkah Praktis Membudidayakan Pohon Uang*. Buku. Gramedia Pustaka. Jakarta. 46 hlm.
- Windawati. 2009. *Analisis pendapatan kayu olahan lokal masyarakat di Kabupaten Jayawijaya*. Buku. Jayawijaya. 86 hlm.
- Widyaningsih, S. T. dan Diniyati, D. 2010. Kontribusi ekonomi dan sistem pemasaran hasil hutan rakyat pola wanafarma di majenang, cilacap. *Jurnal Penelitian Sosial dan Ekonomi*. 7(2): 55-71.
- Wulandari, C. 2011. *Agroforesrty: Kesejahteraan Masyarakat dan Konservasi Sumberdaya Alam*. Buku. Universitas Lampung. Bandar Lampung. 91 hlm.
- Wulandari, D., Qurniati, R. dan Herwanti, S. 2018. Efisienfi pemasaran durian di desa wisata durian kelurahan sumber agung. *Jurnal Sylva Lestari*. 6(1): 68-76.