

ABSTRAK

EFISIENSI PEMASARAN KAYU GERGAJIAN SENGON (*Falcataria moluccana*) JENIS PAPAN PADA PENGGERGAJIAN KAYU CAHAYA UTAMA DAN PENGGERGAJIAN KAYU LANCAR DI LAMPUNG UTARA

Oleh

SYAHRIL SAYUTI

Kayu merupakan salah satu barang yang diminati oleh masyarakat, semakin tinggi jumlah pertumbuhan masyarakat semakin tinggi juga permintaan jumlah kayu. Hutan rakyat menjadi alternatif untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Kayu yang diambil dari hutan rakyat akan diolah menjadi produk berupa papan, balok, kasau dan reng. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui saluran pemasaran dan setelah dilakukan analisis untuk menentukan efisiensi pemasaran pada *sawmill* PK Cahaya Utama dan PK Lancar. Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara kepada responden. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis deskriptif kuantitatif yaitu analisis saluran pemasaran, margin pemasaran, margin keuntungan, analisis share harga, rasio profit margin, dan efisiensi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada *Sawmill* PK Cahaya Utama memiliki 3 (tiga) saluran pemasaran yaitu (1) *Sawmill* Rakyat – Konsumen Akhir, (2) *Sawmill* Rakyat – Pedagang Perantara – Industri Lampung Utara – Konsumen Akhir, dan (3) *Sawmill* Rakyat – Industri Lampung Utara – Konsumen Akhir, sedangkan PK Lancar memiliki 3(tiga) saluran pemasaran yaitu (1) *Sawmill* Rakyat – Konsumen Akhir, (2) *Sawmill* Rakyat – Industri Lampung Utara, dan (3) *Sawmill* Rakyat – Pedagang Perantara – Konsumen Akhir. 2. Pemasaran kayu gergajian sengon pada PK Cahaya Utama dan PK Lancar telah berjalan dengan efisien.

Kata Kunci: Kayu, Hutan Rakyat, Efisiensi pemasaran, *Sawmill*.

ABSTRACT

SENGON WOOD MARKETING EFFICIENCY (*Falcataria moluccana*) TYPE OF BOARD ON PK CAHAYA UTAMA AND PK LANCAR IN LAMPUNG UTARA

By

SYAHRIL SAYUTI

Wood is one of the goods that are in demand by the community, the higher the number of people's growth, the higher the demand for the amount of wood. Community forests are an alternative to meet community needs. Timber taken from community forests will be processed into products in the form of boards, beams, rafters and battens. The purpose of this study is to determine the marketing channel and after an analysis is carried out to determine the marketing efficiency of the sawmill PK Cahaya Utama and PK Lancar. Data were collected through observation and interviews with respondents. The data obtained were analyzed using quantitative descriptive analysis, namely marketing channel analysis, marketing margin, profit margin, price share analysis, profit margin ratio, and marketing efficiency. The results showed that the Sawmill PK Cahaya Utama has 3 (three) marketing channels, namely (1) People's Sawmills - Final Consumers, (2) People's Sawmills - Intermediary Traders - North Lampung Industry - Final Consumers, and (3) People's Sawmills - Industry North Lampung – End Consumers. PK Lancar has 3 (three) marketing channels, namely (1) People's Sawmill - Final Consumers, (2) People's Sawmill - North Lampung Industry, and (3) People's Sawmill - Intermediary Traders - Final Consumers. Marketing of sawn timber of sengon on PK Cahaya Utama and PK Lancar has been running efficiently.

Keywords: Wood, Community Forest, Marketing Efficiency, *Sawmill*.