

Struktur dan Perilaku Pasar Kayu Sengon (*Falcataria moluccana*) di Pekon Lengkukai Kecamatan Kelumbayan Barat Kabupaten Tanggamus

Market Structure and Conduct of Sengon (Falcataria moluccana) Wood in Lengkukai Village, Kelumbayan Barat Subdistrict, Tanggamus District

Rian Betti Kusuma¹, Hari kaskoyo¹, Rommy Qurniati^{1*}

¹Jurusan Kehutanan, Universitas Lampung
Jl. Prof. Sumantri Brojonegoro No.1 Bandar Lampung 35145
rian.betti@gmail.com
hari.kaskoyo@yahoo.com
*rommy.qurniati@fp.unila.ac.id

Intisari — Struktur pasar dan perilaku pasar merupakan salah satu faktor yang berpengaruh pada keberlanjutan pemasaran kayu sengon di hutan rakyat. Struktur pasar lebih menekankan kepada pihak-pihak atau lembaga yang terlibat sementara perilaku pasar lebih merujuk kepada peran yang dijalankan oleh masing-masing lembaga dalam praktik penjualan dan pembelian kayu sengon. Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi struktur pasar dan perilaku pasar kayu sengon di Pekon Lengkukai, Kecamatan Kelumbayan Barat, Kabupaten Tanggamus yang merupakan salah satu sentra hutan rakyat sengon di Kabupaten Tanggamus. Penelitian dilaksanakan pada bulan Januari--Februari 2020. Pengambilan data dilakukan melalui observasi, studi dokumentasi dan wawancara dengan para petani kayu sengon dan lembaga pemasaran yang terlibat. Responden petani kayu sengon yang diwawancarai berjumlah 52 orang, dipilih secara acak sederhana dari populasi petani kayu sengon, dan lembaga pemasaran sebanyak 3 sawmill, 2 pedagang pengumpul dan 5 penebang kayu, dipilih secara purposive sampling. Data mengenai struktur pasar dan perilaku pasar dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan struktur pasar yang terbentuk dari pemasaran kayu sengon di Pekon Lengkukai cenderung mengarah kepada oligopsoni dan belum efisien, karena jumlah petani lebih banyak dari pembeli. Perilaku pasar kayu sengon mengarah pada pasar oligopsoni. Hal ini ditunjukkan oleh penentuan harga di tingkat petani menempati posisi paling lemah karena petani hanya sebagai penerima harga dan petani menjual kayu secara borongan.

Kata kunci — Efisiensi pasar, harga, hutan rakyat, lembaga pemasaran, oligopsoni

Abstract — Market structure and market conduct is one of the influencing factors for sustainability marketing of sengon wood in community forest. Market structure place more stressing to parties or the institution involved while market conduct refers more to the role played by each institution in the practice of selling and buying sengon wood. The purpose of the research is to identify market structure and market conduct of sengon wood in Lengkukai Village, Kelumbayan Barat Subdistrict, Tanggamus District that is a central of sengon private forest in Tanggamus District. The number of respondents who interviewed were 52 farmers, were chosen at random from the sengon farmers population, and marketing institutions were 3 sawmills, 2 traders and 5 loggers, selected by purposive sampling. Data on market structure and market behavior are analyzed qualitatively. The results showed that the market structure formed from the marketing of sengon wood in Village Lengkukai tends to oligopsony and is not yet efficient, because there are more farmers than buyers. Sengon wood market conduct leads to market oligopsony. It was indicated by the determination of prices at the farm level which occupies the weakest position because farmers are only as the price takers and farmers sell wood in bulk.

Keywords— Market efficiency, price, private forest, marketing agency, oligopsony.

I. PENDAHULUAN

Kayu jenis sengon (*Falcataria moluccana*) merupakan kayu yang sudah dikenal luas oleh masyarakat di Provinsi Lampung. Berdasarkan informasi dari referensi [5]

produksi kayu sengon bulat di Lampung sebesar 24.205,41 m³. Kabupaten di Lampung dengan produksi kayu sengon sebesar 8.068,47 m³ adalah Tanggamus. Kabupaten Tanggamus memiliki 20 kecamatan penghasil kayu, salah satunya

adalah Kecamatan Kelumbayan Barat, Pekon Lengkekai.

Petani di Pekon lengkekai memanfaatkan lahan garapannya untuk ditanami dengan kayu sengon dan tanaman perkebunan seperti kopi dan coklat. Masyarakat mengenal kayu sengon sebagai jenis kayu pertukangan dengan kualitas cukup baik. Pemanfaatan kayu sengon sangat beragam, mulai dari kebutuhan rumah tangga, meubel, bahan bangunan, kebutuhan industri skala kecil dan besar [11]. Petani banyak menanam kayu sengon karena kayu sengon merupakan jenis kayu cepat tumbuh (*fast growing species*), harga kayu sengon cukup tinggi dan pemasaran yang mudah karena sebagian besar pabrik dan *sawmill* memilih kayu sengon sebagai salah satu bahan dasar pembuatan kayu olahan [15].

Pemasaran yang mudah merupakan insentif bagi masyarakat untuk mengembangkan kayu sengon. Salah satu bentuk usaha untuk mencapai tujuan dan sasaran dibidang pemasaran adalah dengan kegiatan pemilihan lembaga pemasaran [7]. Lembaga pemasaran adalah suatu badan yang berusaha dalam bidang pemasaran, mendistribusikan barang dari produsen sampai konsumen melalui proses perdagangan [21]. Keterlibatan lembaga-lembaga pemasaran membentuk suatu struktur pasar dan perilaku pasar [1].

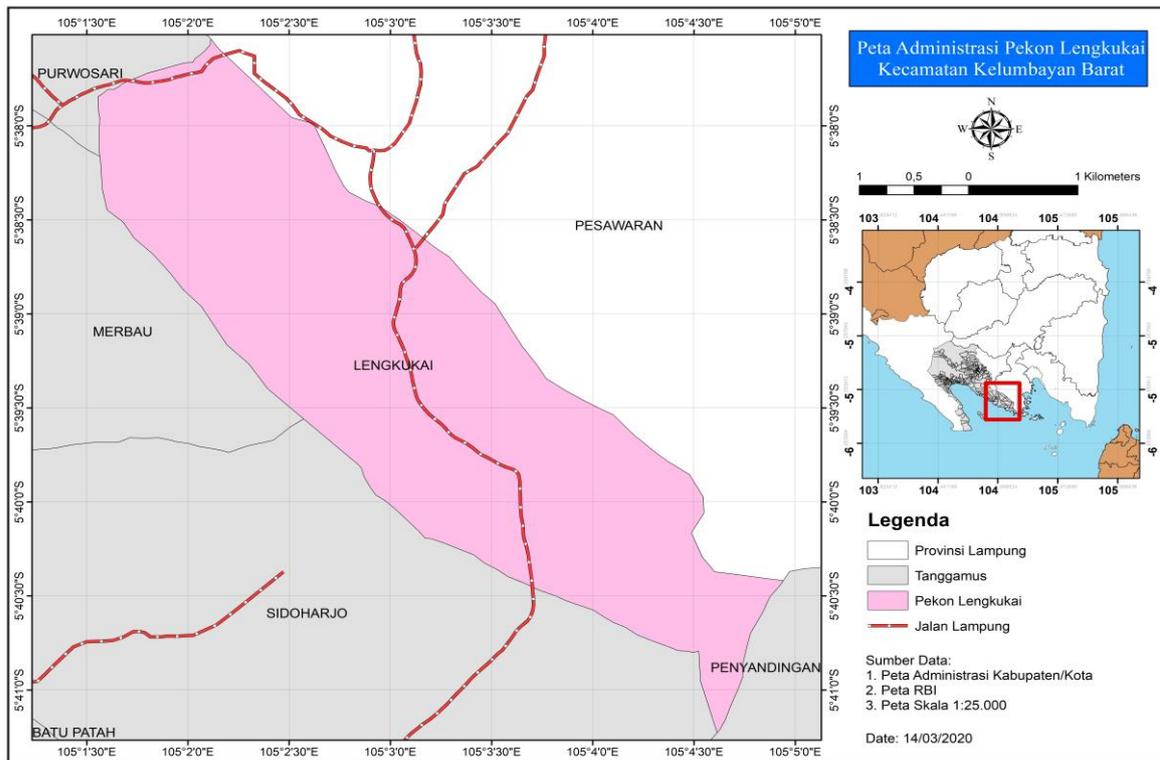
Struktur pasar adalah penggolongan beberapa bentuk pasar berdasarkan pada ciri-ciri seperti jenis produk yang dihasilkan, banyaknya produsen, mudah tidaknya keluar atau masuk ke dalam pasar [18]. Dengan mengetahui struktur pasar, maka dapat dilihat apakah pasar mengarah ke pasar persaingan sempurna (*perfect market*) atau persaingan tidak sempurna (*imperfect market*) [10]. Salah satu faktor penting untuk meningkatkan kinerja petani adalah akses pasar [19] dan [23]. Akses pasar akan membentuk suatu perilaku pasar dalam

melibatkan pembelian dan proses pengambilan keputusan.

Perilaku pasar merupakan pola tingkah laku lembaga-lembaga pemasaran dalam struktur pasar tertentu yang meliputi kegiatan pembelian dan penjualan, penentuan dan pembentukan harga serta kerjasama antar lembaga pemasaran [18]. Perilaku pasar dapat dijelaskan dengan praktik penentuan harga. Praktik penentuan harga petani dapat melakukan secara tawar menawar pada saat melakukan penjualan dengan pedagang tetapi petani dalam posisi rendah dalam penawaran [10]. Penelitian yang dilakukan referensi [27], [26] dan [25] menjelaskan bahwa apabila praktik penentuan harga petani menempati posisi paling lemah karena petani hanya sebagai penerima harga atau *price taker*. Hal ini terlihat dari kurangnya informasi tentang pasar [18]. Penelitian struktur dan perilaku pasar kayu sengon sangat penting, karena dapat memberikan informasi pasar yang efisien bagi petani kayu sengon. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur dan perilaku pasar kayu sengon di Pekon Lengkekai, Kabupaten Kelumbayan Barat, Kabupaten Tanggamus.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan bulan Januari – Februari 2020, di Pekon Lengkekai, Kecamatan Kelumbayan Barat, Kabupaten Tanggamus. Lokasi penelitian secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa Pekon Lengkekai merupakan salah satu daerah penghasil kayu rakyat sengon di Kabupaten Tanggamus. Peta lokasi dapat dilihat pada Gbr 1. Alat yang digunakan pada penelitian ini adalah alat tulis, kamera, laptop, alat hitung dan sejumlah daftar pertanyaan atau kuesioner. Sedangkan objek pada penelitian ini adalah petani hutan rakyat dan pedagang kayu.



Gbr 1. Peta lokasi penelitian.

Metode pengambilan sampel menggunakan rumus *slovin* dengan jumlah populasi sebanyak 110 petani sehingga didapatkan jumlah sampel petani sebanyak 52 responden dan batas error 10 %. Responden lembaga pemasaran ditentukan menggunakan *purposive sampling* dan diperoleh sampel yang terdiri dari 3 *sawmill*, 5 penebang kayu dan 2 pedagang pengumpul.

Data primer didapatkan dari wawancara dengan petani dan lembaga yang terlibat dalam pemasaran kayu sengon menggunakan panduan kuisisioner, studi dokumentasi, dan observasi langsung. Data sekunder dihimpun melalui penelusuran literatur dan studi pustaka. Data yang dikumpulkan dianalisis secara deskriptif kualitatif yaitu dengan melihat struktur pasar dan perilaku pasar. Analisis struktur pasar dan perilaku pasar dapat dijadikan indikator efisiensi pemasaran dengan melihat struktur pasar dan perilaku pasar [21]. Pembahasan mengenai struktur pasar lebih menekankan kepada pihak-pihak atau lembaga mana saja yang terlibat dalam proses pemasaran [18]. Sedangkan perilaku pasar lebih merujuk kepada peran yang dijalankan oleh masing-masing komponen

dalam struktur pasar tersebut beserta karakteristik dan kecenderungan dalam bertindak berkaitan dalam proses rantai nilai suatu bisnis [4].

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Petani di Pekon Lengkukai menanam kayu sengon dengan pola monokultur dan sebagian dengan pola agroforestri yang dicampur dengan tanaman lain atau sebagai batas kebun. Jenis tanaman yang dikembangkan dengan pola agroforestri sengon adalah tanaman perkebunan seperti kopi, coklat, lada atau tanaman buah seperti durian. Hal ini sejalan dengan penelitian *referensi* [2] bahwa petani hutan rakyat pada umumnya menanam kayu sengon dengan pola monokultur dan agroforestri.

Mayoritas petani menanam kayu jenis sengon dengan alasan jangka waktu panen kayu tersebut berkisar 4–6 tahun dan penjualan kayu sengon juga lebih mudah dilakukan dibandingkan jenis kayu lainnya. *Referensi* [2] dan [6] dalam penelitiannya mengatakan bahwa kebutuhan ekonomi menjadi alasan petani hutan rakyat menanam jenis kayu cepat. Hal ini sesuai penelitian *referensi* [25] bahwa umur panen kayu sengon

berkisar 4 - 6 tahun. Kayu tersebut kemudian dijual ke pedagang pengumpul yang ada di sekitar Pekon Lengkuikai.

Tanaman sengon merupakan penghasilan sampingan petani dan penghasilan utama adalah berkebun kopi, cokelat, lada dan ada yang menanam padi. Penghasilan yang diperoleh petani dipengaruhi oleh luas lahan yang dimiliki. Sebanyak 44 % petani Pekon Lengkuikai memiliki luas lahan 0,5 ha (Tabel 1). Semakin sedikit luas lahan yang diusahakan maka menyebabkan rendahnya pendapatan yang diperoleh petani [14] dan [13]. Lahan yang digunakan oleh para petani sengon adalah milik sendiri, lahan tersebut didapatkan sebagian besar berasal dari tanah warisan orang tuanya atau membeli tanah kepada orang lain.

Tabel 1. Karakteristik luas lahan garapan

No	Karakteristik	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	0,25	16	44
2	0,50	15	30
3	1	13	15
4	>2	8	11
Jumlah		52	100

Kegiatan pemasaran kayu sengon melibatkan petani dan konsumen akhir. Pada saluran yang lebih panjang diperlukan lembaga pemasaran. Referensi [17] menjelaskan bahwa lembaga pemasaran adalah badan – badan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi pemasaran sehingga barang – barang bergerak dari produsen ke konsumen akhir. Beberapa lembaga pemasaran dalam pemasaran kayu sengon di Pekon Lengkuikai yaitu penebang kayu, pedagang pengumpul dan *sawmill*. Lembaga pemasaran tersebut membentuk struktur dan perilaku pasar.

a. Struktur Pasar

Struktur pasar dianalisis melalui empat karakteristik yaitu banyaknya jumlah petani dan pedagang, *diferensiasi* produk dan standarisasi serta *grading*, hambatan keluar masuk pasar berupa modal pengetahuan, dan sumber informasi [14], [26] dan [24]. Karakteristik pertama yaitu, banyaknya

jumlah pedagang dan petani dalam pemasaran kayu sengon dapat dilihat pada Tabel 2. Komposisi antara petani kayu sengon dan lembaga pemasaran (penebang kayu, pedagang pengumpul, dan *sawmill*) memperlihatkan bahwa petani kayu sengon jumlahnya lebih banyak, sehingga struktur pasar kayu sengon yang berlangsung adalah pasar oligopsoni atau pasar yang tidak bersaing sempurna. Jumlah petani yang lebih banyak menyebabkan posisi tawar petani menjadi lemah dalam penentuan harga. Sejalan dengan penelitian referensi [26], [12] dan [16] yang menunjukkan bahwa pasar oligopsoni terbentuk karena komposisi antara pembeli dan penjual tidak seimbang, jumlah pedagang lebih sedikit dari pada jumlah petani yang lebih banyak.

Tabel 2. Pelaku lembaga pemasaran di Pekon Lengkuikai

No	Pelaku Pemasaran	Jumlah (n)	Persen (%)
1	Petani	52	84
2	Penebang Kayu	5	8
3	Pedagang Pengumpul	2	3
4	Sawmill	3	5
Jumlah		62	100

Karakteristik kedua yaitu *diferensiasi* produk dan standarisasi serta *grading*. *Diferensiasi* produk adalah suatu strategi pedagang untuk membedakan hasil produk olahan kayu dengan pedagang lainnya [8]. *Sawmill* melakukan *diferensiasi* produk dengan menghasilkan kayu siap jual berupa balok, log, kasau dan reng. Sedangkan pedagang pengumpul dan penebang kayu hanya menghasilkan produk log, dan tidak melakukan *diferensiasi* produk.

Petani tidak melakukan standarisasi dan *grading*. Kayu dijual dalam bentuk pohon berdiri karena dinilai sangat praktis. Hal ini sejalan dengan penelitian referensi [20] dan [19] bahwa petani tidak melakukan *grading* atau pemilihan kayu sengon karena penjualan pohon berdiri dinilai sangat praktis, dimulai dari biaya penebangan, pengurusan dokumen sampai pada pengangkutan di tanggung oleh pembeli yang merupakan pedagang kayu. Standarisasi dan *grading* dilakukan oleh *sawmill* berdasarkan ukuran kayu dari pabrik. Standarisasi adalah proses penentuan

spesifikasi suatu produk (ukuran dan bentuk) sedangkan *grading* adalah proses pengelompokan produk yang memiliki keseragaman tertentu [8].

Karakteristik ketiga dilihat dari hambatan keluar masuk pasar. Hal ini mengacu pada referensi [10] yang mendefinisikan sebagai kebebasan dalam memilih lembaga pemasaran atau batasan bagi setiap orang untuk ikut dalam kegiatan pemasaran di suatu wilayah tertentu. Petani di Pekon Lengkuikai menjual kayu sengon kepada pedagang pengumpul dan *sawmill* karena petani telah mendapatkan pinjaman berupa bibit sengon yang dibayarkan setelah panen tiba, sehingga terdapat keterikatan antara petani dan pedagang di dalam desa. Inilah yang menjadi penghambat bagi pedagang dari luar desa untuk masuk ke pasar kayu Sengon di Pekon Lengkuikai. Berbeda dengan referensi [19] yang menyatakan bahwa pedagang dari dalam maupun luar desa dapat bebas masuk pasar karena petani tidak memiliki keterikatan pada pedagang, petani bebas menjual barang ke pedagang manapun.

Karakteristik keempat, petani mendapatkan informasi mengenai harga kayu sengon yang

berlaku sebelum melakukan kegiatan penjualan. Informasi harga diperoleh dari penebang kayu dan sesama pedagang atau sesama petani yang telah menjual kayu sengon. Dengan mengetahui informasi harga kayu sengon petani dapat memilih lembaga pemasaran yang paling menguntungkannya. Hasil ini berbeda dengan penelitian referensi [23] yang menyatakan bahwa sifat oligopsoni pada industri ini menyebabkan sulitnya untuk memperoleh informasi untuk memasuki pasar karena adanya tekanan yang kuat dari perusahaan-perusahaan yang ada dalam industri untuk menguntungkan industri itu sendiri.

Petani dapat memilih lembaga mana yang paling menguntungkan tetapi posisi tawar-menawar petani paling rendah, sehingga paling lemah menentukan harga, karena pasar dikuasai oleh pedagang. Hal ini sejalan dengan penelitian referensi [14] menyatakan saat penentuan harga, pedagang pengumpul maupun pedagang besar bertindak sebagai penentu harga dan petani sebagai penerima harga.

Tabel 3. Karakteristik struktur pasar kayu sengon di Pekon Lengkuikai

No	Karakteristik	Petani	Pembeli		
			Pedagang Pengumpul	Penebang Kayu	Sawmill
1	Jumlah Penjual dan pembeli	52	2	5	3
2	<i>Diferensiasi</i> produk dan standarisasi serta <i>grading</i>	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Ada
3	Hambatan keluar masuk pasar	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada	Tidak ada
4	Informasi mengenai harga	ada	ada	ada	ada

b. Perilaku Pasar

Perilaku pasar merupakan tingkah laku lembaga pemasaran yang menyesuaikan dengan struktur pasar yang terbentuk [18]. Perilaku pasar diamati dengan melihat praktik penjualan dan pembelian, sistem penentuan dan pembayaran harga, kerjasama antar lembaga pemasaran serta praktik-praktik pemasaran lainnya [3]. Pada umumnya *sawmill* dan pedagang pengumpul menetapkan sedikit selisih harga dengan penebang kayu ataupun sesama pemborong sebagai taktik persaingan harga. Namun pada pelaku pasar yang melakukan *diferensiasi*

produk, pedagang mampu menetapkan selisih harga yang lebih besar guna menyasar segmentasi pasar tertentu. Proses penetapan dan persaingan harga di masing-masing lembaga pemasaran dijelaskan pada Tabel 4.

Tabel 4. Proses penetapan dan persaingan harga di masing-masing lembaga pemasaran

Penebang Kayu	Pedagang Pengumpul	Sawmill
Penetapan harga berdasarkan margin keuntungan	Penetapan harga berdasarkan margin keuntungan	Penetapan harga berdasarkan margin keuntungan
Pembelian kayu secara per-pohon dan dibayar secara tunai	Pembelian kayu secara borongan dan dibayar secara tunai	Pembelian kayu secara borongan dan dibayar secara tunai
Informasi harga berasal dari pedagang pengumpul	Informasi harga berasal dari <i>sawmill</i>	Informasi harga berasal dari pabrik tripek
Penetapan harga bergantung pada fluktuasi permintaan	Persaingan harga dengan menetapkan sedikit selisih harga dengan sesama pedagang pengumpul dan penebang kayu	Persaingan harga dengan menetapkan selisih harga yang kecil dengan pedagang pengumpul dan penebang kayu serta menyesuaikan fluktuasi harga pasar
Tidak dipengaruhi kebijakan antar lembaga maupun kolusi di tingkat lembaga pemasaran	Tidak terdapat kolusi penetapan harga, harga dipengaruhi oleh permintaan dan ketersediaan pasokan	Tidak terdapat kolusi penetapan harga, harga dipengaruhi oleh permintaan dan ketersediaan pasokan

Petani umumnya menjual kayu sengon ke *sawmill*, penebang kayu, pedagang pengumpul kayu dan konsumen akhir dengan dua cara yaitu sistem tebang pilih atau tebang butuh dan sistem borongan. Sistem tebang pilih atau tebang butuh merupakan penjualan yang dilakukan dengan cara per-pohon dengan harga per m³. Tebang butuh yaitu petani menjual kayu jika ada keperluan mendesak (penting) dan petani menjual ke penebang kayu hanya beberapa batang (pohon), biasanya diameter kayu 20-30 cm. Hal ini sejalan dengan penelitian *referensi* [22] bahwa petani menjual kayu dengan kebutuhan yang mendesak secara tebang butuh. Berbeda dengan sistem borongan yang merupakan penjualan secara keseluruhan pohon sengon yang ada di lahan berdasarkan harga total per petak lahan bukan dihitung per pohon atau per m³.

Pemilihan cara penjualan yang dilakukan petani berdasarkan luasan lahan dan kebutuhan petani. Jika lahan garapan memiliki luas >1 ha maka ditanam secara monokultur dan kayu akan diborongan, sedangkan untuk yang tidak memiliki luas <1 ha atau penanaman secara agroforestri maka dilakukan tebang pilih untuk memenuhi kehidupan sehari-hari. Sejalan dengan hasil penelitian *referensi* [5] bahwa petani yang menanam kayu secara monokultur, dominan diborongan supaya tidak mengeluarkan

biaya penebangan dan operasional lainnya. Pada sistem borongan, transaksi dilakukan berdasarkan prediksi pedagang pengumpul dan *sawmill* terhadap jumlah kayu yang ada di lahan. Setelah terjadi kesepakatan dengan petani barulah pemanenan dapat dilakukan oleh pedagang pengumpul dan *sawmill*.

Penebang kayu, pemborong kayu dan *sawmill* bertindak sebagai penentu harga dan petani sebagai penerima harga. Kesepakatan harga terjadi setelah *sawmill* ataupun pemborong kayu melihat langsung kondisi kayu sengon di kebun yang dimiliki oleh petani. Sistem pembayaran yang dilakukan petani dengan pedagang dan konsumen akhir pada umumnya secara tunai. Namun sistem pembayaran lainnya juga dapat dilakukan berdasarkan kesepakatan pada saat transaksi jual beli kayu sengon. Misalnya pembayaran dimuka dengan membayar separuh harga terlebih dahulu. Hal ini sejalan dengan *referensi* [16], [14] dan [26] bahwa sistem pembayaran pada pemasaran kayu sengon dilakukan secara tunai berdasarkan kesepakatan antara pedagang dengan petani.

Struktur dan perilaku pasar yang terbentuk pada pemasaran sengon di Pekon Lengkuai belum dapat dikatakan efisien karena petani sebagai penerima harga (*price taker*) dan struktur pasar kayu sengon yang berlangsung adalah pasar oligopsoni atau pasar yang tidak bersaing sempurna, hal ini menyebabkan

posisi tawar petani yang lemah dalam menentukan harga serta petani memiliki keterikatan atau tidak ada kebebasan untuk menjual keluar wilayah. Penelitian *referensi [21]* juga menemukan hal yang sama bahwa tidak efisiennya suatu sistem pemasaran dicirikan dengan jumlah pedagang yang sedikit dan hambatan masuk pasar yang sulit dan harga yang ditentukan secara sepihak.

IV. PENUTUP

Struktur pasar yang terbentuk dari pemasaran kayu sengon di Pekon Lengkokai cenderung mengarah kepada oligopsoni karena jumlah petani sebagai penjual lebih banyak dari pembeli. Perilaku pasar kayu sengon yang terjadi adalah pasar oligopsoni. Hal ini bisa dilihat dari praktek penentuan harga petani menempati posisi paling lemah yaitu sebagai penerima harga. Petani menjual kayu secara borongan dan tidak melakukan standarisasi dan *grading* sehingga keuntungan yang tinggi didapatkan pedagang pengumpul dan *sawmill* bukan petani.

REFERENSI

- [1] Abubakar, I., Hakim, D. B. dan Asmarantaka, R. W, "Struktur, Perilaku dan Kinerja Pemasaran Biji Kakao di Kabupaten Parigi Montong Provinsi Sulawesi Tengah," *Jurnal Forum Agribisnis Institut Pertanian Bogor.*, vol. 6, hal. 1-20. 2016.
- [2] Anatika, E., Kaskoyo, H., Febryano, I. G. dan Banuwa, I. S, "Pengelolaan Hutan Rakyat di Kabupaten Tulang Bawang Barat," *Jurnal Sylva Lestari.*, no. 7, vol. 1, hal, 42-51. 2019.
- [3] Azhara, D. dan Winandi, R, "Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Bandeng di Kecamatan Tirtajaya Kabupaten Karawang," *Jurnal Agribisnis Indonesia.*, no. 1, vol. 9, hal. 69-85. 2019.
- [4] Barkah, C. S. dan Raharja, S. J, "Analisis Struktur Pasar, Perilaku Konsumen dan Pola Distribusi Produk Makanan Khas Kabupaten Garut," *Jurnal Adbispreneur.*, no. 2, vol. 2, hal. 135-150. 2017.
- [5] Badan Pusat Statistik. "Jumlah tanaman kehutanan menurut wilayah dan jenis tanaman provinsi lampung," Badan Pusat Statistik (online), diakses 25 Maret 2020. "https://www.bps.go.id/subject/6/Jumlah_tanaman_kehutanan_menurut_wilayah_dan_jenis_tanaman_provinsi_lampung.html. 2017.
- [6] Fauzan, H., Sulistyawati, E. dan Lastini, T. "Strategi Pengelolaan untuk Pengembangan Hutan Rakyat di Kecamatan Rancakalong, Kabupaten Sumedang," *Jurnal Sylva Lestari*, vol. 7 no. 2, hal. 164-173. 2019.
- [7] Hasanah, L., Suryadi, U. dan Widhijanto, W. 2017. Analisis saluran distribusi dan *margin* pemasaran telur itik di Kabupaten Situbondo. *Jurnal Ilmu Peternakan Terapan*. 1(1): 25-30.
- [8] Kolter., Philip. dan Susanto, A. B, "Manajemen Pemasaran di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian," Edisi Pertama, Jilid II. Selemba Empat. 383 hlm. 2001.
- [9] Lestari, S. Winarno, B. dan Premono, B, J, "Saluran Pemasaran Kayu Pertukangan Jenis Bambang Lanang (*Michelia champaca*) yang Menguntungkan Petani di Sumatera Selatan," *Jurnal penelitian sosial dan ekonomi kehutanan.*, no. 12, vol. 2, hal. 89-97. 2015.
- [10] Nahraeni, W., Rahayu, A., Yoesdiarti A. dan Kulsum, I, "Struktur Pasar Sayuran Kemangi di Pasar Tradisional," *Jurnal Agribisains.*, no. 4, vol. 2, hal. 21-29. 2018.
- [11] Parlinah, N., Irawanti, S., Suka, A. P. dan Ginoga, K. L, "Distribusi Nilai Tambah Dalam Rantai Nilai Kayu Sengon dari Kabupaten Pati Jawa Tengah," *Jurnal Penelitian dan Sosial Ekonomi kehutanan.*, no. 12, vol. 1, hal. 77-87. 2015.
- [12] Prasetya, A. Y., Qurniati, R. dan Herwanti. S, "Saluran Dan Margin Pemasaran Durian Hasil Agroforestri di Desa Sidodadi," *Jurnal Belantara.*, no. 3, vol. 1, hal. 32-40. 2020.
- [13] Pratama, A. R., Yuwono, S. B. dan Hilmanto, R, "Pengelolaan Hutan Rakyat oleh Kelompok Pemilik Hutan Rakyat di Desa Bandar dalam Kecamatan Sidomulyo Kabupaten Lampung Selatan," *Jurnal Sylva Lestari*, Vol. 3 No. 2, hal. 99—112. 2015.
- [14] Pratiwi, A. M., Kaskoyo, H.,

- Herwanti, S. dan Qurniati, R., “Saluran Pemasaran Kopi Robusta (*Coffea robusta*) di Agroforestri Pekon Air Kubang, Kecamatan Air Naningan, Kabupaten Tanggamus,” *Jurnal Belantara.*, No.2, Vol.2, 76-83. 2019.
- [15] Putra, D. S. A., Lestari, D. A. H. dan Affandi, M. I. , “Kelayakan Finansial dan Prospek Pengembangan Agribisnis Sengon (*Albazia falcataria*) Rakyat di Kecamatan Kemiling Kota Bandar Lampung,” *Jurnal Jiia.*, no. 3, vol. 4, hal. 345-353. 2017.
- [16] Putri, R. K., Nurmalinga, R. dan Burhanudin, “Analisis Efisiensi dan Faktor yang Mempengaruhi Pilihan Saluran Pemasaran,” *Jurnal Ilmiah Manajemen.*, 8(1): 109-135. 2018.
- [17] Qurniati, R. “*Pemasaran Hasil Hutan*”. Buku. Graha ilmu. Yogyakarta. 136 hlm. 2019.
- [18] Rumallang, A., Jumiati., Akbar. dan Nadir, “Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pemasaran Kentang di Desa Kecamatan Tombolopao Kabupaten Gowa,” *Jurnal Agrikultura.*, no. 30, vol. 3, hal. 83-90. 2019.
- [19] Septya, F., Widayanti, S., Sudiarto. dan Amir, I. T, “Struktur dan Perilaku Pasar Beras Surabaya,” *Jurnal Berkala Ilmiah Agribisnis Agridevina.*, no. 7, vol.1, hal. 27-39. 2018.
- [20] Sinaga, R. V, Fariyanti, A. dan Aprilia, N, “Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pemasaran Kentang Granola di Kecamatan Pengalengan, Kabupaten Bandung, Jawa Barat,” *Jurnal Forum Agribisnis Institut Pertanian Bogor.*, no. 4, vol. 20, hal. 101-120. 2014.
- [21] Suharyon, “Potensi Efisiensi Pemasaran Pinang Terhadap Sosial Ekonomi di Kecamatan Betara Kabupaten Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi,” *Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan Universitas Jambi.*, no. 2, vol. 2, hal. 144-160. 2018.
- [22] Sukadaryati, Yuniawati. dan Dulsalam, “Pemanenan Kayu Hutan Rakyat (Studi Kasus di Ciamis, Jawa Barat),” *Jurnal Ilmu Kehutanan.*, no. 12, hal. 142-155. 2018.
- [23] Suryawati, S. H., Luhur, E. S., Kurniawan, T. dan Arthatiany, F. Y., “Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar Udang Indonesia,” *Jurnal Sosek Kp.*, no. 14, vol. 2, hal. 211-223. 2019.
- [24] Syah, M. E., Makkarenu. dan Supratman, “Sistem Pemasaran Kayu Rakyat di Kabupaten Bulukumba Sulawesi Selatan,” *Jurnal Hutan dan Masyarakat.*, no. 10, vol. 3, hal. 192-202. 2018.
- [25] Utama, R. C., Febryano, I. G., Herwanti, H. dan Hidayat, W, “Saluran Pemasaran Kayu Gergajian Sengon (*falcataria moluccana*) Pada Industri Penggergajian Kayu Rakyat di Desa Sukamarga, Kecamatan Abung Tinggi, Kabupaten Lampung Utara,” *Jurnal Sylva Lestari.*, no. 7, vol. 2, hal. 195-203. 2019.
- [26] Wulandari, D., Qurniati, R. dan Herwanti, S, “Efisiensi Pemasaran Durian (*Durio Zibethinus*) di Desa Wisata Durian Kelurahan Sumber. Agung,” *Jurnal Sylva Lestari.*, No. 2, Vol.6, hal. 68-76. 2018.
- [27] Yusriwandi, Dewi, N. dan Khaswarina, S, “Analisis Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar Karet di Kecamatan Pangkalan Kuras dan Kecamatan Bunut Kabupaten Pelalawan,” *Jurnal Daya Saing.*, no. 4, vol. 1, hal. 95-101. 2018.



SEMINAR NASIONAL KONSERVASI 2020



“Konservasi Sumber Daya Alam untuk Pembangunan Berkelanjutan”

Sekretariat: RSPTN Lantai 2 Rektorat Universitas Lampung, email.
conservationteam@kpa.unila.ac.id

LETTER OF ACCEPTANCE

Bandar Lampung, 9-APRIL-2020

Kepada

Yth. Bapak/Ibu Rian Betti Kusuma, Hari Kaskoyo, dan Rommy Qurniati

Selamat, makalah Bapak/Ibu **OP19-Kusuma.RB** dengan judul **“STRUKTUR DAN PERILAKU PASAR KAYU SENGON DI PEKON LENGKUKAI, KECAMATAN KELUMBAYAN BARAT, KABUPATEN TANGGAMUS”** telah diterima untuk dipresentasikan pada sesi presentasi di Seminar Nasional Konservasi 2020 pada tanggal 21 April 2020.

Selanjutnya Bapak/Ibu diharapkan dapat melaksanakan tahapan berikut:

1. Menyiapkan makalah atau poster yang sesuai dengan format/template yang telah disiapkan panitia untuk dikirimkan selambatnya tanggal 19-APRIL-2020 (<https://s.id/templetekonsevasi2020>)
2. Menyiapkan file presentasi dalam format PPT atau file poster dalam format PPT (atau JPEG/PNG) untuk dikirimkan ke panitia selambatnya tanggal 19-APRIL-2020.
3. Menyelesaikan kewajiban pembayaran biaya registrasi selambatnya tanggal 21-APRIL 2020 (dengan bukti pembayaran yang dapat dikirimkan melalui alamat Email panitia (conservationteam@kpa.unila.ac.id)
4. Mengisi formulir *copyright transfer* bagi artikel yang akan diterbitkan di *e-proceeding* semnaskons 2020 dan mengirimkannya ke panitia selambatnya tanggal 19-APRIL-2020.

Sekiranya ada pertanyaan, silahkan menghubungi kami. Informasi lebih lanjut mengenai jadwal dan mekanisme pelaksanaan secara daring akan kami sampaikan via WA Group.

Hormat Kami,
Ketua, SEMNASKONS 2020



Dr. Hj. Bainah Sari Dewi, S.Hut., M.P., IPM



SERTIFIKAT

No. 27/UN26.21/PN/2020

Diberikan kepada :

Rian Betti Kusuma

Sebagai

Penyaji Makalah

dalam Seminar Nasional Konservasi 2020

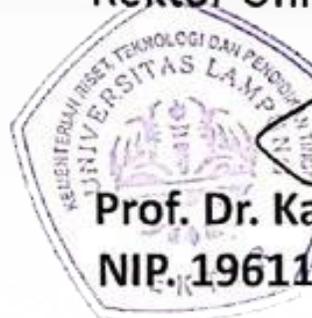
dengan Tema “**Konservasi Sumber Daya Alam untuk Pembangunan Berkelanjutan**”

yang diselenggarakan oleh LPPM Universitas Lampung pada tanggal 21 April 2020

di Bandar Lampung atas judul makalah:

**Struktur dan Perilaku Pasar Kayu Sengon (*Falcataria moluccana*) di Pekon
Lengkukai Kecamatan Kelumbayan Barat Kabupaten Tanggamus**

Rektor Universitas Lampung



Prof. Dr. Kardmani, M.Si.
NIP. 196112301988031002

Ketua LPPM Universitas Lampung



Dr. L. Pusnelli Afriani, D.E.A
NIP. 196505101993032008