



Gorontalo

Journal Of Forestry Research

Volume 4 Nomor 1 April 2021

P-ISSN 2614-2058 E-ISSN 2614-204X

EFISIENSI PEMASARAN KAYU GERGAJIAN SENGON (*Falcataria moluccana*) PADA INDUSTRI PENGGERGAJIAN KAYU RAKYAT *THE EFFICIENCY OF MARKETING SENGON SAWN TIMBER (Falcataria moluccana) IN THE COMMUNITY SAWMILL INDUSTRY*

Susni Herwanti *, Indra Gumay Febryano, dan Rafical Cahaya Utama
Jurusan Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung

*E-mail: sh4nt@yahoo.com

Received: 02nd February 2021; Revised: 04th March 2021;

Accepted: 24th March 2021

ABSTRAK

Efisiensi pemasaran kayu gergajian sengon berpengaruh besar terhadap keberlanjutan industri penggergajian kayu rakyat. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis efisiensi pemasaran kayu gergajian sengon pada industri penggergajian kayu rakyat. Penelitian dilakukan dengan wawancara mendalam dan observasi langsung. Pengambilan sampel dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) terhadap 5 Industri penggergajian kayu yang memproduksi kayu gergajian sengon secara berkelanjutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran produk papan, balok, kasau dan reng memiliki kecenderungan yang sama terhadap indikator efisiensi pemasaran. Berdasarkan indikator *producer's share* dan perhitungan efisiensi pemasaran, pemasaran ke empat produk berjalan efisien akan tetapi berdasarkan indikator margin pemasaran, margin keuntungan dan rasio profit margin, pemasaran berjalan dengan tidak efisien. Hal ini dilihat dari margin pemasaran, margin keuntungan dan rasio profit margin yang tidak merata pada semua produk dan semua saluran. Hasil penelitian ini belum dapat menggambarkan efisiensi pemasaran secara keseluruhan sehingga indikator efisiensi pemasaran lainnya perlu juga dipertimbangkan seperti aspek fungsi-fungsi pemasaran, volume penjualan dan kepuasan konsumen.

Kata kunci: efisiensi pemasaran; industri penggergajian; kayu gergajian sengon

ABSTRACT

The marketing efficiency of sengon sawn wood has a big impact on the sustainability of sawmill industry. The purpose of this research is to analyze the efficiency of marketing of sengon sawn wood in the sawmill. The research was conducted by in-depth interviews and direct observation. Sampling was carried out purposively of 5 sawmills that produce sawn wood in a sustainable manner. The results showed that the marketing of boards, beams, rafters and battens had the same tendency towards marketing efficiency indicators. Based

on the producer's share indicator and the calculation of marketing efficiency, the marketing of the four products is running efficiently but based on indicators of marketing margin, profit margin and profit margin ratio, marketing is running inefficiently. This can be seen from the uneven marketing margins, profit margins and profit margin ratios for all products and all channels. The results of this study have not been able to describe the overall marketing efficiency so that other indicators of marketing efficiency also need to be considered such as aspects of marketing functions, sales volume and customer satisfaction.

Keywords: marketing efficiency; sawmill industry; sengon sawn wood

PENDAHULUAN

Kayu sengon (*Falcataria moluccana*) adalah salah satu jenis kayu tropis cepat tumbuh yang ada di Indonesia (Hidayat et al., 2011). Sengon merupakan salah satu jenis tanaman yang paling dimanfaatkan 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 keberbagai daerah mulai dari pulau Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, sampai Irian Jaya. Saat ini sengon juga dijumpai di negara Filipina, Malaysia, Srilanka, India. Kayu sengon dikenal dengan nama latin *Falcataria moluccana* (Hakim et al., 2009).

Praptoyo dan Puspitasari (2012) mengatakan bahwa kayu sengon mudah dikerjakan, lunak, ringan, dan berwarna putih kekuningan. Berat jenis kayu ini antara 230-500 kg/m³ pada kadar air 12%-15%. Kayu sengon apabila langsung kontak dengan tanah dapat bertahan antara 1-2 tahun, namun jika dirawat dengan perlakuan tertentu kayu tersebut dapat bertahan hingga jangka waktu 15 tahun pada kondisi iklim tropis (Awaludin dan Astuti, 2016). Pertumbuhan kayu sengon yang cepat dan permintaan pasar yang tinggi, menyebabkan banyak industri kayu gergajian yang menggunakan jenis kayu sengon sebagai bahan bakunya (Tukan et al., 2000).

Pada industri kayu gergajian milik rakyat atau sawmill kayu bulat (log) sengon diolah menjadi banyak jenis sortimen (Nuryanti, 2017). Radam (2011) dalam studinya mengatakan bahwa sortimen yang dihasilkan pada industri penggergajian kayu biasanya berupa kasau, reng, balok, dan papan dengan berbagai ukuran. Jenis dan ukuran sortimen sangat mempengaruhi jumlah kayu gergajian yang dihasilkan (output) dari total log sengon yang tersedia (input), sehingga volume yang dihasilkan sebanding dengan jumlah bahan baku. Kayu gergajian tersebut dipasarkan ke konsumen kayu gergajian yang ada di Provinsi Lampung (Tukan et al., 2000).

Proses pemasaran kayu gergajian ini melibatkan berbagai lembaga pemasaran mulai dari produsen, pedagang perantara, pedagang besar, hingga konsumen akhir. Lembaga pemasaran tersebut akan membentuk saluran pemasaran yang terdiri dari berbagai lembaga pemasaran yang terlibat (Makkerennu et al., 2014). Panjang pendeknya saluran tersebut mempengaruhi tingkat efisiensi pemasaran kayu gergajian pada industri penggergajian kayu rakyat (Syah et al., 2018).

Secara umum hasil produksi kayu gergajian sengon memiliki jumlah yang relatif kecil, sehingga keuntungan yang dihasilkan produsen tidak efisien. Persaingan pasar, biaya akomodasi dan biaya pengolahan yang tinggi menyebabkan keuntungan yang dihasilkan produsen relatif kecil. Rendahnya nilai volume turut mempengaruhi efisiensi pemasaran kayu gergajian sengon tersebut. Beberapa aspek tersebut secara langsung berdampak terhadap

keberlanjutan industri penggergajian kayu, oleh karena itu penelitian tentang efisiensi pemasaran kayu gergajian sengon pada industri penggergajian kayu rakyat sangat penting untuk dilakukan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui margin pemasaran, share, keuntungan, efisiensi pemasaran dan mengetahui volume penggergajian kayu sengon pada industri penggergajian kayu rakyat.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini telah dilakukan di Desa Sukamarga, Kecamatan Abung Tinggi, Kabupaten Lampung Utara, Provinsi Lampung pada November 2018 sampai Januari 2019. Objek dalam penelitian ini adalah industri penggergajian kayu rakyat yang ada di desa tersebut. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data tersebut diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi langsung pada objek penelitian, kemudian diperkuat dengan beberapa literatur yang diperoleh melalui studi pustaka. Responden dipilih secara sengaja oleh peneliti (*purposive sampling*) yaitu 5 industri penggergajian rakyat yang ada di Desa Sukamarga. Kategori yang dipilih adalah industri yang memproduksi kayu gergajian sengon secara berkelanjutan.

Analisis data dilakukan sebagai berikut:

1. Menghitung margin pemasaran, keuntungan, *share*, dan efisiensi pemasaran dengan rumus (Hasyim, 2012):

- a. Total 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 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. *Producer's Share*:

$$S_p = \frac{P_r}{P_f} \times 100\%$$

Keterangan:

S_p = Share yang diterima produsen

P_f = Harga jual di tingkat produsen (Rp/m³)

P_r = Harga jual di tingkat konsumen (Rp/m³)

- d. *Rasio profit margin*

$$RPM = \frac{\pi_i}{b_{ti}}$$

Keterangan:

RPM = Total biaya (Rp/m³)

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

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

f. Efisiensi pemasaran (EP)

$$EP = \frac{\text{Biaya pemasaran}}{\text{Nilai produk yang dipasarkan}}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN**Kapasitas produksi industri penggergajian rakyat**

Pemilik industri per kayu di Desa Sukamarga menjual kayunya dalam bentuk kayu olahan (balok, papan, kasau, dan reng) dan menjualnya ketempat yang berbeda-beda, ada yang menjual ke panglong, meubel, industri besar dan ada juga yang menjual melalui pedagang perantara (Tabel 1). Kapasitas produksi pada industri penggergajian kayu, berbeda antara satu sama lain. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti kualitas kayu bulat dan kualitas *bandsaw* yang digunakan. Studi yang dilakukan oleh Utama et al. (2019) bahwa *bandsaw* yang digunakan pada industri penggergajian di Desa Sukamarga adalah tipe 36 berbahan bakar solar dengan mesin penggerak 20-24 HP dan mata pisau gergaji (6.350 x 100 x 0,95) mm. Kualitas *bandsaw* yang baik akan menghasilkan volume kayu gergajian yang maksimal.

Tabel 1. Kapasitas produksi kayu gergajian.

Nama industri penggergajian kayu	Total <i>log</i> jenis sengon (m ³)	Total hasil kayu gergajian sengon (m ³)
PK Cahaya Utama	50,0	40,5
PK Anugrah	45,0	35,0
PK Laksana	80,0	63,0
PK Denny Family	60,0	47,8
PK Sejahtera	55,0	44,0
Jumlah	290,0	230,3

Sumber: Data primer, 2018.

Tabel 1 menjelaskan bahwa faktor lain yang mempengaruhi kapasitas produksi pada industri penggergajian kayu di Desa Sukamarga adalah sebagai berikut:

1. Kualitas bahan baku

Kualitas bahan baku menjadi faktor pertama yang mempengaruhi volume kayu gergajian yang dihasilkan. Volume yang dihasilkan berbeda antar industri 1 dengan yang lainnya. Hal ini karena proses penggergajian berbeda dan *log* sengon tidak semua bagian bisa digunakan. Oleh sebab itu, dengan kualitas bahan baku yang baik maka persentase yang terbuang akan lebih kecil. Prihadi (2010) dan Balfas (1989) dalam studinya mengatakan bahwa bahan baku yang baik akan meningkatkan *output* atau volume kayu gergajian yang dihasilkan.

2. Kualitas *bandsaw* dan bilah gergaji

Bandsaw yang berkualitas akan meningkatkan hasil kayu gergajian. Faktor lain adalah bilah gergaji, bilah gergaji yang tajam akan meningkatkan jumlah produksi dan mempermudah proses penggergajian. *Bandsaw* dan bilah gergaji memiliki peran penting dalam proses penggergajian, jika keduanya berkualitas maka kayu yang dihasilkan juga berkualitas dan secara tidak langsung meningkatkan hasil penggergajian kayu sengon (Rachman dan Balfas, 1988).

3. Kemampuan pekerja

Kemampuan pekerja yang memadai akan berpengaruh pada hasil penggergajian. Pekerja yang tidak teliti dalam penggergajian akan menimbulkan kerusakan dan menghasilkan limbah kayu yang besar. Hal tersebut berpengaruh pada kualitas dan volume kayu gergajian. Pada industri penggergajian di Desa Sukamarga, pekerja memiliki kemampuan dan pengalaman yang memadai sehingga proses penggergajian tidak terhambat. Pekerja yang berpengalaman akan sangat teliti dalam menentukan ukuran pemotongan kayu, sehingga hasil penggergajian kayu lebih besar.

4. Ukuran dan jenis sortimen

Hal lain yang berpengaruh pada jumlah volume yang dihasilkan adalah ukuran dan jenis sortimen yang dihasilkan. Hal ini terjadi karena ketidaksesuaian ukuran sortimen dan bahan baku yang ada, sehingga menimbulkan sisa pemotongan dan limbah yang kayu besar. Pada industri penggergajian di Desa Sukamarga ukuran dan jenis sortimen menyesuaikan dengan stok bahan baku yang tersedia sehingga kualitas dan jumlah kayu gergajian yang dihasilkan meningkat. Sortimen jenis papan adalah sortimen yang menghasilkan volume tertinggi terbesar karena pola penggergajiannya lebih mudah diantara sortimen lainnya (Balfas, 1989). Tinggi dan rendahnya volume produksi yang dihasilkan menjadi salah satu indikator keberhasilan penggergajian kayu, efisien atau tidak. Menurut Radam (2011), Rachman dan Balfas (1988), Balfas (1989) keberhasilan suatu produksi dengan membandingkan hasil penggergajian dan bahan baku. Penggergajian dikatakan efisien apabila jumlah bahan baku hampir sama dengan kayu gergajian yang dihasilkan. Dengan demikian, penggergajian kayu sengon pada industri penggergajian di Desa Sukamarga berjalan dengan efisien karena memenuhi indikator keberhasilan dalam proses penggergajian.

Jenis Sortimen dan Harga Kayu Gergajian Sengon

Industri penggergajian kayu di Desa Sukamarga memproduksi kayu gergajian berbagai ukuran. Pada awal tahun 2000-an hanya memproduksi kayu gergajian berukuran 1 m dan 2 m. Pada awal tahun 2010 seluruh industri kayu gergajian memproduksi kayu gergajian 4m dengan harga yang menyesuaikan dengan jenis sortimennya. Kayu gergajian sengon yang dijual pada industri kayu gergajian di desa ini umumnya berkualitas A. Menurut Utama et al. (2019), kayu gergajian kualitas A yang dijual di industri kayu gergajian milik rakyat adalah kayu yang tidak bengkok dan tidak berpulur. Harga dan jenis kayu gergajian disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Jenis sortimen dan harga kayu gergajian sengon.

Sortimen	Ukuran (tebal x lebar x panjang)	Harga (Rp/m ³)
Papan	3 cm x 20 cm x 4 m	1.500.000
Balok	5 cm x 10 cm x 4 m	1.300.000
Kasau	4 cm x 6 cm x 4 m	1.200.000
Reng	3 cm x 4 cm x 4 m	1.000.000

Analisis Efisiensi Pemasaran

Analisis saluran pemasaran kayu gergajian sengon pada industri penggergajian kayu rakyat di Desa Sukamarga sudah dilakukan oleh Utama *et al.*

(2019). Berdasarkan penelitiannya ditemukan tiga saluran pemasaran yang terdiri dari tiga lembaga pemasaran.

1. Saluran 1: Industri penggergajian – panglong – industri luar daerah – konsumen akhir.
2. Saluran 2: Industri penggergajian – industri luar daerah – konsumen akhir.
3. Saluran 3: Industri penggergajian – pedagang perantara – industri luar daerah – konsumen akhir.

Pada penelitian ini, saluran pemasaran menjadi salah satu indikator efisiensi pemasaran bersama dengan beberapa indikator lainnya, yaitu margin pemasaran, marjin keuntungan, *producer's share*, rasio profit margin dan efisiensi pemasaran. Menurut Kohls dan Uhl (2002), pendekatan yang digunakan untuk menentukan efisiensi pemasaran salah satunya adalah pendekatan efisiensi operasional. Efisiensi operasional berhubungan dengan penanganan aktivitas-aktivitas yang dapat meningkatkan rasio dari output input pemasaran, antara lain marjin pemasaran, analisis *farmer's share*, rasio keuntungan dan biaya.

Analisis margin pemasaran, margin keuntungan, *producer's share*, *rasio profit margin* dan efisiensi pemasaran kayu gergajian (papan, balok, kasau, dan reng) pada saluran 1, 2, dan 3 disajikan pada Tabel 2 dan 3. Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 2 dan 3, indikator-indikator efisiensi pemasaran pada ke empat jenis kayu gergajian (papan, balok, kasau dan reng) menunjukkan trend yang sama. Pada indikator pertama yaitu *producer's share*, harga ditingkat produsen dan harga yang dibayarkan konsumen besarnya sama di semua saluran sehingga *share* harga yang diterima produsen memiliki besar yang sama pula untuk setiap produk. *Share* harga untuk jenis papan, balok, kasau dan reng berturut-turut adalah 65,21%; 60,46%; 60% dan 57,14%. Nilai *share* ini terbilang cukup tinggi karena produsen mendapatkan bagian $\geq 50\%$ dari harga di tingkat konsumen. Menurut Hasyim (2012), pemasaran dikatakan berjalan dengan efisien jika *share* yang dihasilkan $> 50\%$. Asmarantaka et al. (2017) menyatakan bahwa persentase pangsa pasar (*producer's share*) menunjukkan kekuatan suatu perusahaan dalam suatu industri. Semakin tinggi *share* yang diterima industri kayu gergajian terhadap harga di tingkat konsumen semakin kuat industri tersebut dalam sistem pemasaran. Hal ini cukup baik karena dapat merangsang pertumbuhan industri kayu gergajian di Desa Suka Marga.

Share harga yang sama ini mengakibatkan margin pemasaran total untuk masing-masing jenis juga bernilai sama pada semua saluran meskipun panjang pendek saluran berbeda-beda. Margin pemasaran total untuk jenis papan, balok, kasau dan reng berturut-turut adalah Rp 800.000; Rp 850.000; Rp 800.000 dan Rp 750.000. Meskipun demikian, pada pemasaran empat jenis produk tersebut, besar margin setiap lembaga pemasaran di masing-masing saluran berbeda-beda. Sebagai contoh, pada pemasaran produk papan di saluran 1, margin pemasaran panglong adalah Rp 300.000 dan margin pemasaran industri luar daerah sebesar Rp 500.000. Besar margin pemasaran yang berbeda-beda ini menunjukkan bahwa distribusi margin pemasaran pada lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat di ketiga produk tidak merata sehingga dapat dikatakan pemasaran produk kayu gergajian di Desa Sukamarga belum efisien. Menurut Prasetya et al. (2020), jika margin pemasaran pada suatu saluran tidak merata antar lembaga, maka pemasaran tersebut belum berjalan efisien.

Hasil perhitungan margin keuntungan menunjukkan bahwa besarnya margin keuntungan pada pemasaran produk papan, balok, kasau dan reng berbeda-beda. Dari keempat jenis produk tersebut, lembaga pemasaran yang memperoleh keuntungan paling tinggi adalah industri luar daerah sedangkan lembaga yang

mendapatkan keuntungan paling rendah adalah lembaga perantara. Perbedaan ini dipengaruhi oleh besarnya biaya yang dikeluarkan oleh setiap lembaga pemasaran. Menurut Fanani et al., (2017) dan Kusuma et al. (2020), semakin sedikit lembaga yang terlibat, maka keuntungan yang dihasilkan semakin besar begitu sebaliknya. Dari semua saluran yang ada, industri luar daerah mendapatkan keuntungan paling tinggi pada saluran 2. Hal ini karena saluran 2 paling pendek sehingga biaya pemasaran yang dikeluarkan sedikit.

Meskipun industri luar daerah mendapatkan keuntungan tertinggi di semua produk dan di semua saluran, tetapi pada kenyataannya rasio profit margin yang diperoleh industri tersebut jauh lebih kecil daripada lembaga pemasaran panglong. Pada saluran 1 untuk produk papan misalnya, industri luar daerah memperoleh RPM sebesar 1 poin sedangkan panglong memperoleh 5 poin. Ini artinya bahwa dari setiap Rp 1 per m³ biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh industri luar daerah akan memberikan keuntungan sebesar Rp 1 per m³ dan dari setiap Rp 1 per m³ biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh panglong akan memberikan keuntungan sebesar Rp 5 per m³. RPM yang cukup tinggi diterima oleh panglong ini disebabkan karena lokasi panglong berada dekat dengan *sawmill* sehingga biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh panglong sedikit. Hal ini akan berbeda jika lokasi panglong berada jauh dari sawmill, misalnya di kota Bandar Lampung karena akan mengeluarkan biaya pemasaran yang cukup tinggi. Distribusi RPM yang tidak merata ini menyebabkan pemasaran produk kayu gergajian menjadi tidak efisien. Sejalan dengan hasil penelitian Ezpinoza et al. (2015); Wulandari et al. (2018); Pratiwi et al. (2019) dan Kusuma et al. (2020), pemasaran dikatakan belum efisien jika nilai RPM tidak tersebar merata. Distribusi yang tidak merata pada penelitian ini dipengaruhi oleh keuntungan yang diperoleh setiap lembaga pemasaran dan besarnya biaya yang dikeluarkan. Berdasarkan perhitungan efisiensi pemasaran, saluran pemasaran industri kayu gergajian berjalan dengan efisien karena menghasilkan nilai ≤ 1 . Hal ini terjadi karena biaya pemasaran rendah tetapi harga produk yang dipasarkan cukup tinggi.

Tabel 2. Analisis efisiensi pemasaran jenis papan dan balok.

No	Uraian	Jenis papan						Jenis balok					
		Saluran 1		Saluran 2		Saluran 3		Saluran 1		Saluran 2		Saluran 3	
		Harga (Rp/m ³)	Share (%)										
1	Industri pengergajian *harga jual	1.500.000	65,21	1.500.000	65,21	1.500.000	65,21	1.300.000	60,46	1.300.000	60,46	1.300.000	60,46
2	Panglong *harga beli	1.500.000						1.300.000					
	*harga jual	1.800.000	78,26					1.600.000	74,42				
	*biaya	50.000	2,17					50.000	2,32				
	*margin pemasaran	300.000	13,04					300.000	13,95				
	*margin keuntungan	250.000	10,87					250.000	11,63				
	*RPM	5						5					
3.	Pedagang Perantara *harga beli					1.500.000						1.300.000	
	*harga jual					1.600.000	69,56					1.400.000	65,12
	*biaya					25.000	1,08					25.000	1,16
	*margin pemasaran					100.000	4,35					100.000	4,65
	*margin keuntungan					75.000	3,26					75.000	2,73
	*RPM					3						3	3,48
4	Industri luar daerah *harga beli	1.800.000		1.500.000		1.600.000		1.600.000		1.300.000		1.400.000	
	*harga jual	2.300.000	100,00	2.300.000	100,00	2.300.000	100,00	2.150.000	100,00	2.150.000	100,00	2.150.000	100,00
	*biaya	250.000	10,87	250.000	10,87	250.000	10,87	250.000	11,63	250.000	11,63	250.000	11,63
	*margin pemasaran	500.000	21,74	800.000	34,78	700.000	30,43	550.000	25,58	850.000	39,53	750.000	34,88
	*margin keuntungan	250.000	10,87	550.000	23,91	450.000	19,56	300.000	13,95	600.000	27,90	500.000	23,25
	*RPM	1		2,2		1,8		1,2		2,4		2	
	Total biaya	300.000		250.000		275.000		300.000		250.000		275.000	
	Total margin pemasaran	800.000		800.000		800.000		850.000		850.000		850.000	
	Total margin keuntungan	500.000		550.000		525.000		550.000		600.000		575.000	
	Total RPM	6		2,2		4,80		6,2		2,4		5	
	Efisiensi pemasaran	0,13		0,11		0,12		0,14		0,12		0,13	

Tabel 3. Analisis efisiensi pemasaran jenis kasau dan reng.

No	Uraian	Jenis kasau						Jenis reng					
		Saluran 1		Saluran 2		Saluran 3		Saluran 1		Saluran 2		Saluran 3	
		Harga (Rp/m ³)	Share (%)	Harga (Rp/m ³)	Share (%)	Harga (Rp/m ³)	Share (%)	Harga (Rp/m ³)	Share (%)	Harga (Rp/m ³)	Share (%)	Harga (Rp/m ³)	Share (%)
1	Industri penggajian												
	*harga beli log sengon	800.000		800.000		800.000		800.000		800.000		800.000	
	*harga jual	1.200.000	60,00	1.200.000	60,00	1.200.000	60,00	1.000.000	57,14	1.000.000	57,14	1.000.000	57,14
	*biaya												
2	Panglong							1.000.000					
	*harga beli	1.200.000	75,00					1.200.000	68,57				
	*harga jual	1.500.000	2,50					50.000	2,85				
	*biaya	50.000	15,00					200.000	11,43				
	*margin pemasaran	300.000	12,50					150.000	8,57				
	*margin keuntungan	250.000						3					
	*RPM	5											
3.	Pedagang Perantara					1.200.000						1.000.000	
	*harga beli					1.300.000	65,00					1.100.000	62,86
	*harga jual kayu					25.000	1,25					25.000	1,43
	*biaya					100.000	5,00					100.000	5,71
	*margin pemasaran					75.000	3,75					75.000	4,28
	*margin keuntungan					3						3	
	*RPM												
4	Industri luar daerah			1.200.000		1.300.000		1.200.000		1.000.000		1.100.000	
	*harga beli	1.500.000	100,0 0	2.000.000	100,0 0	2.000.000	100,00	1.750.000	100,00	1.750.000	100,0 0	1.750.000	100,00
	*harga jual	2.000.000	12,50	250.000	12,00	250.000	12,00	250.000	14,28	250.000	14,28	250.000	14,28
	*biaya	250.000	25,00	800.000	40,00	700.000	70,00	550.000	31,43	750.000	42,86	650.000	45,00
	*margin pemasaran	500.000	12,50	550.000	27,50	450.000	22,50	300.000	17,14	500.000	28,57	400.000	32,50
	*margin keuntungan	250.000		2,2		1,8		1,2		2		1,6	
	*RPM	1		250.000		275.000		300.000		250.000		275.000	
	Total biaya	300.000		800.000		800.000		750.000		750.000		750.000	
	Total margin pemasaran	800.000		550.000		525.000		450.000		500.000		475.000	

Total margin keuntungan	500.000	2,2	4,8	4,2	2	4,6
Total RPM	6	0,13	0,14	0,17	0,14	0,15
Efisiensi pemasaran	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000	800.000

PENUTUP

Berdasarkan beberapa indikator efisiensi pemasaran maka pemasaran kayu gergajian dari aspek producer's share dan perhitungan efisiensi pemasaran berjalan dengan efisien karena memenuhi kriteria yang dipersyaratkan. Akan tetapi berdasarkan margin pemasaran, margin keuntungan dan *rasio profit margin*, pemasaran kayu gergajian di Desa Sukamarga dapat dikatakan belum efisien. Hal ini karena distribusi margin dan RPM tidak merata di setiap lembaga pemasaran. Akan tetapi, dari tiga saluran pemasaran pada pemasaran produk papan, balok, kasau dan reng, pola saluran 2 dapat dikatakan paling efisien. Pola saluran 2 dapat memangkas biaya-biaya pemasaran dari lembaga perantara yang terlibat. Akan tetapi, saluran ini belum tentu banyak diminati oleh seluruh lembaga pemasaran yang terlibat khususnya produsen yang sangat mempertimbangkan volume penjualannya. Oleh karena itu, penelitian tentang efisiensi pemasaran dengan melihat berbagai indikator lainnya seperti fungsi-fungsi pemasaran, volume penjualan dan kepuasan konsumen perlu dilakukan untuk melihat efisiensi pemasaran secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmarantaka, R.W., Atmakusuma, J., Muflikh, Y.N. dan Rosiana, N. 2017. Konsep pemasaran agribisnis: Pendekatan ekonomi dan manajemen. *Jurnal Agribisnis Indonesia*. 5 (2): 143-164.
- Awaludin, A. dan Astuti, P. 2016. Study on utilization of sengon for three hinged gable frame structures. *International Journal of Engineering and Technology Innovation*. 6(3): 232-241.
- Balfas, J. 1989. Pengaruh kecanggihan mesin terhadap akurasi ukuran kayu gergajian. *Jurnal Penelitian Hasil Hutan*. 6(5): 331-333.
- Ezpinosa, O., Buehlmann, U. dan Laguarda-Mallo, M.F. 2015. Thermally modified wood: Marketing strategies of US producer. *BioResources*. 10(4): 6942-6952.
- Fanani, Z., Budiwibowo, S. dan Murwani, J. 2017. Hubungan strategi pemasaran kayu jati terhadap peningkatan volume penjualan pada kantor komersial kayu wilayah Madiun. *The 9th FIPA: Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi*. 5(1): 450-460.
- Hakim, I., Indartik, I. dan Suryandari, E.Y. 2009. Analisis tataniaga dan pasar kayu sengon di Kabupaten Wonosobo dan Kabupaten Temanggung, Jawa Tengah. *Jurnal Pusat Penelitian Sosial Ekonomi dan Kebijakan Kehutanan*. 6(2): 99-115.
- Hasyim, A.I. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Universitas Lampung. Bandar Lampung.
- Hidayat, W., Sya'bani, M.I, Purwawangsa, H., Iswanto, A.H. dan Febrianto, F. 2011. Effect of wood species and layer structure of physical and mechanical properties of strand board. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Kayu Tropis*. 9(2): 134-140.
- Iskandar, I.M. 2006. Pemanfaatan kayu hutan rakyat sengon untuk kayu rakitan. Prosiding Seminar Hasil Litbang Hasil Hutan 2006. 21 September 2006, Bogor, Indonesia. Hal: 183-195.
- Kohls, R.L. dan Uhl, J.N. 2002. *Marketing of Agricultural Products*, 9th Edition. PrenticeHall, New Jersey.
- Kusuma, R.B., Kaskoyo, K. dan Qurniati, R. 2020. Efisiensi pemasaran kayu sengon (*Falcataria moluccana*) di areal hutan rakyat Pekon Lengkokai, Kabupaten Tanggamus, Provinsi Lampung. *Jurnal Penelitian Hutan Tanaman*. 17 (2): 101-116.
- Makkarennu, Nakayasu, A., Osozawa, K. dan Ichikawa, M. 2014. An analysis of the demand market of Indonesian plywood in Japan. *Internasional Journal Sustainable Future for Human Security*. 2(2): 2-7.
- Nuryanti, D.M. 2017. Analisis pemanfaatan limbah kulit kayu gergajian di UD Sumarni Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara. *Jurnal Tabarro*. 1(1): 27-37.

- Praptoyo, H. dan Puspitasari, R. 2012. Variasi sifat anatomi kayu sengon (*Paraserienthes falcataria* (L) Nielsen) dari 2 jenis permudaan yang berbeda. Prosiding Seminar Nasional Mapeki XV. 6-7 November 2012, Makassar, Indonesia. Hal. 33-41.
- Prasetya, A.Y., Qurniati, R. dan Herwanti, S. 2020. Saluran dan margin pemasaran durian hasil agroforestri di Desa Sidodadi. *Jurnal Belantara*. 3(1): 32-40.
- Pratiwi, A.M., Kaskoyo, H. dan Herwanti, S. 2019. Efisiensi pemasaran agroforestri berbasis kopi berdasarkan keragaan pasar: Studi kasus di Pekon Air Kubang, Tanggamus. *Jurnal Sylva Lestari*. 7(3): 299-308.
- Prihadi, N., Darusman, D., Nugroho, B. dan Wijayanto, N. 2010. Kelembagaan kemitraan industri pengolahan kayu. *Jurnal Penelitian Sosial dan Ekonomi Kehutanan*. 7(2):127-138.
- Rachman, O. dan Balfas, J. 1988. Pengaruh pengerasan mata gergaji terhadap beberapa sifat penggergajian. *Jurnal Penelitian Hasil Hutan*. 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 Borneo*. 12(31): 99-107.
- Syah, M.E., Makkareno dan Supratman. 2018. Sistem pemasaran kayu rakyat di Kabupaten Bulukumba Sulawesi Selatan. *Jurnal Hutan dan Masyarakat*. 10(3): 192-202.
- Sugih, F.I. 2009. Studi pemasaran kayu rakyat di Kabupaten Sukabumi. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Tukan, C.J.M., Yulianti, Roshetko, J.M. dan Darusman, D. 2000. Pemasaran kayu dari lahan petani di Propinsi Lampung. *Agrivita*. 26(1): 131-141.
- Utama, R.C., Febryano, I.G., Herwanti, S. dan Hidayat, W. Saluran pemasaran kayu gergajian sengon pada industri penggergajian kayu rakyat di Desa Sukamarga, Kecamatan Abung Tinggi, Kabupaten Lampung Utara. *Jurnal Sylva Lestari*. 7(2): 195-203.
- Wulandari, D. Qurniaty, R. dan Herwanti, S. 2018. Efisiensi pemasaran durian di desa wisata durian Kelurahan Sumber Agung. *Jurnal Sylva Lestari*. 6(1): 68-76.