

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

(Skripsi)

Oleh

**SYAHRIL SAYUTI
NPM 1654151002**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

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

Oleh

SYAHRIL SAYUTI

Skripsi

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

Pada



**Jurusan Kehutanan
Fakultas Pertanian Universitas Lampung
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

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*.

Judul Penelitian

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

Nama

: **Syahril Sayuti**

Nomor Pokok Mahasiswa

: 1654151002

Jurusan

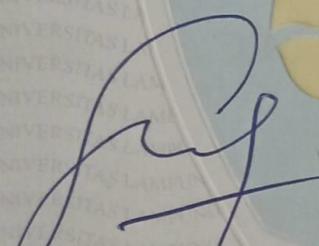
: Kehutanan

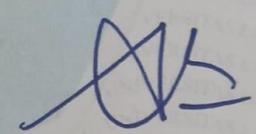
Fakultas

: Pertanian



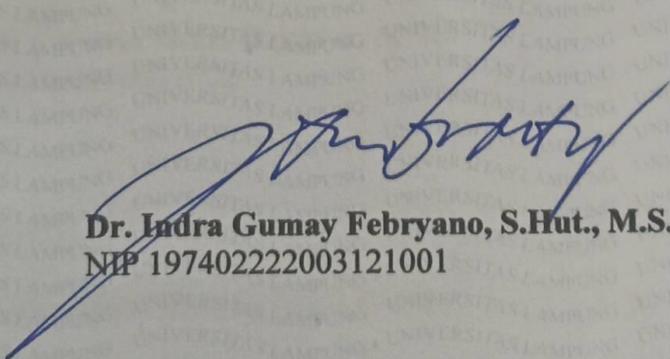
1. **Komisi Pembimbing**


Dr. Ir. Slamet Budi Yuwono, M.S.
NIP 196412231994031003


Susni Herwanti., S.Hut. M.Si.
NIP 198109272006042001

MENGETAHUI

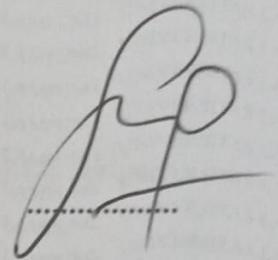
2. **Ketua Jurusan Kehutanan**


Dr. Indra Gumay Febryano, S.Hut., M.S.
NIP 197402222003121001

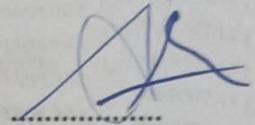
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

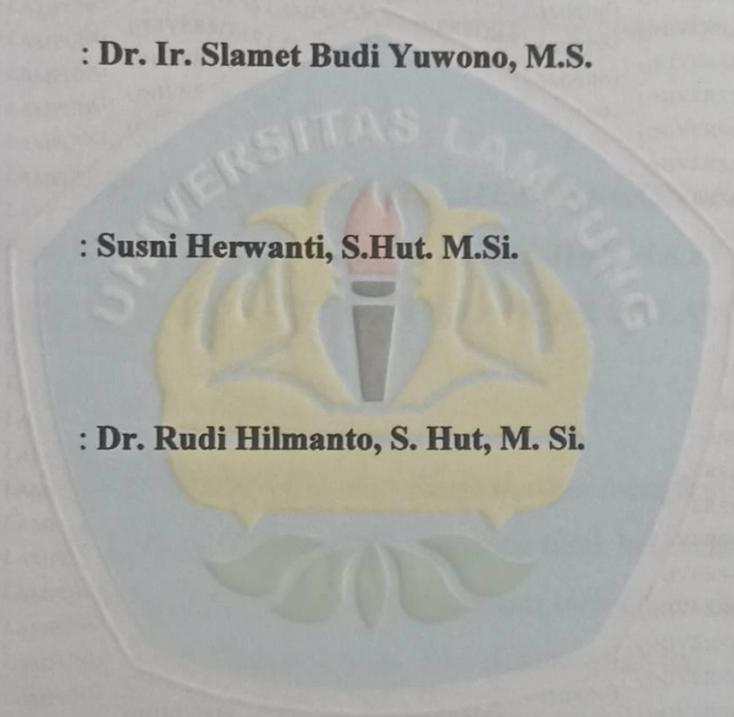
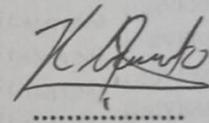
Ketua : Dr. Ir. Slamet Budi Yuwono, M.S.



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



Anggota : Dr. Rudi Hilmanto, S. Hut, M. Si.



2. Dekan Fakultas Pertanian



Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si.
NIP. 196110201986031002

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 12 Juli 2022

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syahril Sayuti

NPM : 1654151002

Menyatakan dengan sebenar-benarnya dan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul:

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

Adalah benar karya saya sendiri yang saya susun dengan mengikuti norma dan etika akademik yang berlaku. Selanjutnya, saya juga tidak keberatan apabila sebagian atau seluruh data pada skripsi ini digunakan oleh dosen dan/atau program studi untuk kepentingan publikasi. Jika di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana maupun tuntutan hukum.

Bandar Lampung, 11 januari 2022

Yang menyatakan



Syahril Sayuti
1654151002

RIWAYAT HIDUP



Penulis Syahril Sayuti dilahirkan di Kotabumi, Kabupaten Lampung Utara, Provinsi Lampung pada tanggal 16 Maret 1997, sebagai anak pertama dari dua bersaudara, dari bapak Sayuti As dan ibu Sri Onaeyah. Penulis menempuh pendidikan Taman Kanak-Kanak (TK) Kandepag di Kotabumi Lampung Utara yang diselesaikan pada tahun 2003, Sekolah Dasar (SD) di SDN 6 Kotabumi kemudian pindah ke SDN 1 Kotabumi yang diselesaikan pada tahun 2009, Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMPN 12 Kotabumi yang diselesaikan pada tahun 2012, dan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Assalam Blambangan Pagar yang diselesaikan pada tahun 2015.

Tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan dan terdaftar sebagai Mahasiswa Jurusan Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung (UNILA) melalui jalur penerimaan Seleksi Mandiri Masuk Perguruan Tinggi Universitas Lampung (SMMPTN) Bandar Lampung. Selama kuliah, penulis aktif di organisasi Himpunan Mahasiswa Jurusan Kehutanan (Himasyulva) Fakultas Pertanian Universitas Lampung sebagai Anggota Tahun 2018.

Tahun 2019 penulis melaksanakan Praktik Umum Pengelolaan Hutan Lestari (KHDTK Getas-Ngandong) selama 40 hari di Universitas Gadjah Mada Getas-Ngandong. Pada tahun 2019 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) selama 40 hari di Desa Bandar Agung, Bandar Negeri Suohpi, Kabupaten Lampung Barat.

Penulis telah menulis makalah berjudul “Identifikasi Saluran Pemasaran Kayu Gergajian Sengon (*Falcataria moluccana*) Pada PK Cahaya Utama Dan PK Lancar” yang dipublikasikan pada Prosiding Seminar Nasional: Konservasi II.

*Karya Kecil Ini Saya Persembahkan Kepada Kedua Orangtuaku Tersayang,
Ayahanda Sayuti Asnawi Dan Ibunda Sri Onaeyah*

SANWACANA

Puji syukur yang selalu terucap ke hadirat Allah SWT. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan Rasulullah Muhammad SAW, karena atas rahmat dan hidayah-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Efisiensi Pemasaran Kayu Gergajian Sengon (*Falcataria moluccana*) Jenis Papan Pada Penggergajian Kayu Cahaya Utama Dan Penggergajian Kayu Lancar Di Lampung Utara” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Kehutanan di Universitas Lampung. terselesaikannya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga penulis mengucapkan terimakasih yang tulus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Irwan Sukri Banuwa, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian, Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Indra Gumay Febryano, S.Hut., M.Si., selaku Ketua Jurusan Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Ir. Slamet Budi Yuwono, M.S., selaku pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan dan masukan kepada penulis mulai dari penyusunan proposal penelitian sampai proses penulisan skripsi ini selesai.
4. Ibu Susni Herwanti, S.Hut., M.Si., selaku dosen pembimbing kedua yang telah banyak memberi masukan, saran, dan bimbingan dalam pembuatan skripsi.
5. Bapak Dr. Rudi Hilmanto, S.Hut., M.Si., selaku dosen penguji skripsi atas saran yang telah diberikan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Segenap Dosen Jurusan Kehutanan, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung atas ilmu yang telah diberikan.
7. Bapak Rafical Cahaya Utama, S.Hut., selaku pemilik Sawmill PK Cahaya Utama Provinsi Lampung atas saran dan motivasi yang diberikan.

8. Bapak Subri, selaku pemilik Sawmill PK Lancar Provinsi Lampung atas saran dan motivasi yang diberikan.
9. Kawan-kawan seperjuangan di Jurusan Kehutanan, yang telah membantu dan memberikan saran.
10. Kedua orang tua saya Bapak Sayuti Asnawi dan Ibu Sri Onaeyah yang selalu mendukung saya selama ini, memberikan kasih sayang, doa, semangat dan motivasi.
11. Keluarga besar Kehutanan Angkatan 2016 (Tiger), terimakasih atas dukungan yang diberikan.
12. Serta semua pihak yang telah terlibat dalam penelitian dan penyelesaian skripsi mulai dari awal hingga akhir, yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, tetapi penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Bandar Lampung,

Syahril Sayuti

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang dan Masalah.....	1
1.2. Tujuan Penelitian	3
1.3. Manfaat Penelitian	3
1.4. Kerangka Pemikiran.....	3
II. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Karakteristik Lokasi Penelitian	5
2.2. Hutan Rakyat.....	6
2.3. Pemasaran	7
2.4. Deskripsi Pohon Sengon (<i>Falcataria moluccana</i>).....	10
III. METODE PENELITIAN	13
3.1. Waktu dan Tempat	13
3.2. Objek dan Alat Penelitian	14
3.3. Batasan Penelitian	14
3.4. Penentuan Responden	15
3.5. Metode Pengumpulan Data	15
3.5.1. Observasi.....	15
3.5.2. Wawancara	15
3.5.3. Dokumentasi	16
3.6. Analisis Data	16
3.6.1. Analisis Saluran Pemasaran	16
3.6.2. Analisis Margin Pemasaran	17
3.6.3. Analisis Margin Keuntungan	17
3.6.4. Analisis <i>Share</i> Harga	18
3.6.5. Rasio Profit Margin.....	18
3.6.6. Analisis Efisiensi Pemasaran	19

	Halaman
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	20
4.1. Karakteristik <i>Sawmill</i>	20
4.2. Sumber Bahan Baku.....	21
4.3. Volume Produksi Kayu Gergajian	22
4.4. Saluran Pemasaran	26
4.5. Analisis Efisiensi Pemasaran	28
V. SIMPULAN DAN SARAN	34
5.1. Simpulan	34
5.2. Saran.....	34
DAFTAR PUSTAKA	35
LAMPIRAN	38

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Stok Kayu Bulat (<i>log</i>)	21
2. Volume Penggajian Kayu	23
3. Sortimen dan Harga Kayu Gergajian	25
4. Saluran Pemasaran	26
5. Harga Rata-Rata Kayu Gergajian Sengon Pada Pedagang Perantara ..	27
6. Analisis Efisiensi Pemasaran Analisis Efisiensi Pemasaran Jenis Papan Pada PK Cahaya Utama.....	29
7. Analisis Efisiensi Pemasaran Analisis Efisiensi Pemasaran Jenis Papan Pada PK Lancar	30

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pemikiran.....	4
2. Gambar Lokasi PK Cahaya Utama	13
3. Gambar Lokasi PK Lancar	14
4. Produk Hasil Kayu Gergajian	39
5. Kegiatan Pengolahan Kayu Menjadi Produk Papan	39
6. Kegiatan Bongkar Muat	40
7. Kegiatan Pematangan Kayu.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Dokumentasi Penelitian	39
2. Tally Sheet Penggajian Kayu Responden 1	41
3. Tally Sheet Penggajian Kayu Responden 2	42

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang dan Masalah

Hutan rakyat menurut Undang-Undang Nomor 41 Tahun 1999, merupakan suatu kesatuan ekosistem berupa hamparan lahan berisi sumber daya alam hayati yang didominasi pepohonan dalam persekutuan alam lingkungannya, yang satu dengan lainnya tidak dapat dipisahkan. Menurut Hardjanto (2017), hutan rakyat merupakan lahan yang ditanami dengan vegetasi kayu yang dikelola oleh rakyat di atas tanah milik. Hutan rakyat biasanya ditanami dengan jenis kayu yaitu jati (*Tectona grandis*), sengon (*Falcataria moluccana*), tusam (*Pinus merkusii*), karet (*Hevea brasiliensis*) dan jenis-jenis pohon penghasil lainnya berupa hasil hutan kayu (HHK) dan hasil hutan bukan kayu (HHBK).

Kayu merupakan sumber daya alam yang dapat digunakan untuk kebutuhan sehari-hari. Kayu dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan dan ekonomi masyarakat setelah dilakukannya proses pengolahan dan diubah dalam bentuk bahan sederhana. Kayu digunakan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga, mebel, bahan bangunan, industri berskala kecil dan industri berskala besar (Parlinah *et al.*, 2015). Industri gergajian kayu atau *sawmill* mengolah kayu mentah atau log kayu untuk diproduksi menjadi beberapa jenis kayu gergajian seperti papan, kasau, dan balok. Nuryanti (2017) mengatakan bahwa *sawmill* merupakan industri dari rakyat yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat, baik pemilik *sawmill*, pemotong kayu atau pekerja sehingga tersedianya lapangan pekerjaan untuk masyarakat.

Kayu dalam proses pengolahan harus dilakukan secara bijak dan efisien. Menurut Sayuti (2013), efisiensi pemanfaatan dapat dilihat dari *input* kayu dan *output* kayu yang dikeluarkan. Bila volume produksi kayu gergajian besar dan ditandai dengan jumlah pada *output* bahan baku tinggi maka dapat dilihat pada proses gergajian berjalan dengan efisien (Sopianoor *et al.*, 2016). Kayu sengon sering juga digunakan dalam bahan baku *sawmill* karena kayu gergajian sengon banyak peminatnya (Ardiatmoko, 2016). Dilihat dari sisi produsen, kayu sengon memiliki nilai jual yang baik dalam bidang pemasaran karena memiliki kualitas yang baik dan mampu bersaing dengan harga kayu dipasar.

Kayu sengon yang dijual merupakan kayu berasal dari hutan rakyat yang akan di olah menjadi papan oleh Perusahaan Kayu (PK) Cahaya Utama dan PK Lancar. Kayu hasil produksi tersebut akan distribusikan produsen (pengrajin kayu sengon) untuk diolah menjadi berbagai macam furnitur tergantung kebutuhan dan permintaan konsumen akhir atau disalurkan langsung ke konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. 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. 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.

Penelitian pemasaran kayu ini sangat penting karena dapat mengetahui saluran pemasaran, struktur pasar, dan keragaman pasar yang mempengaruhi tingkat keuntungan produsen kayu. Berdasarkan uraian di atas, permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana saluran pemasaran kayu sengon di PK Cahaya Utama dan PK Lancar di Lampung Utara.
2. Bagaimana efisiensi pemasaran kayu sengon di PK Cahaya Utama dan PK Lancar di Lampung Utara.

1.2 Tujuan

Tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Menganalisis saluran pemasaran kayu sengon rakyat jenis papan di PK Cahaya Utama dan PK Lancar di Lampung Utara.
2. Menganalisis efisiensi pemasaran kayu sengon rakyat jenis papan di PK Cahaya Utama dan PK Lancar di Lampung Utara.

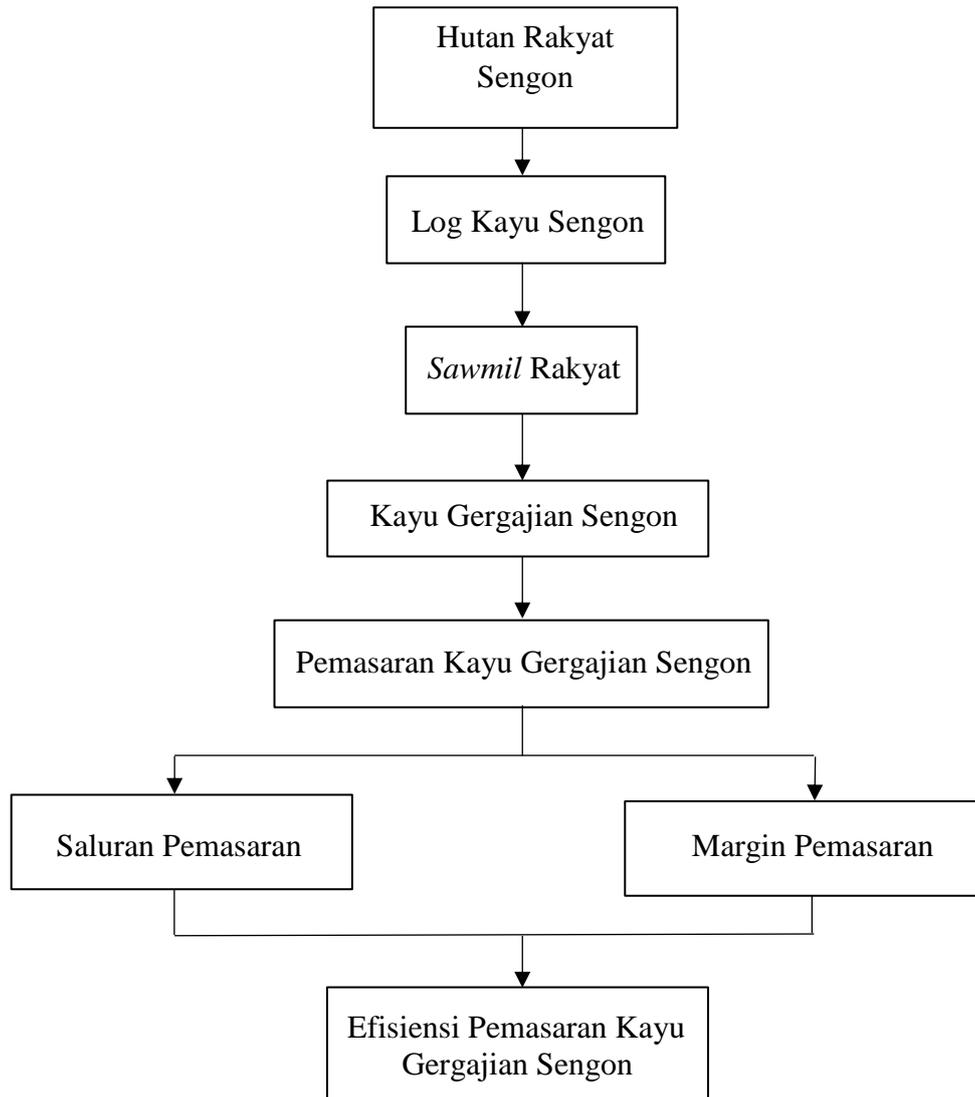
1.3 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi untuk masyarakat terkait sistem pemasaran kayu sengon di PK Cahaya Utama dan PK Lancar di Lampung Utara.
2. Penelitian ini dapat menjadi bahan masukan untuk masyarakat dalam saluran pemasaran kayu sengon.
3. Penelitian ini dapat menjadi bahan untuk referensi bagi penelitian mahasiswa.

1.4 Kerangka Pemikiran

Permintaan terhadap kayu akan memberikan dampak terhadap *sawmill*, salah satu jenis kayu yang digunakan adalah sengon. Peningkatan permintaan kayu sengon karena memiliki kualitas baik. Pemasaran kayu sengon rakyat yang dikelola oleh *sawmill* rakyat di PK Cahaya Utama dan PK Lancar di Lampung Utara akan memberikan keuntungan untuk pihak-pihak yang terlibat dalam mendistribusikan produk dari produsen ke konsumen akhir dalam pemasarannya. Secara ringkas kerangka pemikiran penelitian ini disajikan pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. Kerangka pemikiran.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Karakteristik Lokasi Penelitian

Pada awal masa kemerdekaan, berdasarkan UU RI Nomor 1 Tahun 1945, Lampung yang terbagi atas beberapa kawasan, kecamatan dan marga. Pemerintahan marga dihapuskan dengan Peraturan Residen 3 Desember 1952 Nomor 153/1952 dan dibentuklah “Negeri” yang menggantikan status marga dengan pemberian hak otonomi sepenuhnya berkedudukan di bawah kecamatan. Dengan terjadinya pemekaran beberapa kecamatan, terjadilah suatu negeri di bawah beberapa kecamatan, sehingga dalam tugas pemerintahan sering terjadi benturan. Status pemerintahan negeri dan kawedanan juga dihapuskan dengan berlakunya UU RI Nomor 18 Tahun 1965.

Berdasarkan UU RI Nomor 4 (Darurat) Tahun 1965 dan UU RI Nomor 28 Tahun 1959, tentang Pembentukan Daerah Otonom Kabupaten-Kabupaten dalam Lingkungan Sumatera Selatan, terbentuklah Kabupaten Lampung Utara di bawah Provinsi Sumatera Selatan. Dengan terbentuknya Provinsi Lampung berdasarkan UU RI Nomor 14 Tahun 1964, maka Kabupaten Lampung Utara masuk sebagai bagian dari Provinsi Lampung.

Kabupaten Lampung Utara telah mengalami tiga kali pemekaran sehingga wilayah yang semula seluas 19.368,50 km² kini tinggal 2.765,63 km². Pemekaran wilayah pertama terjadi dengan terbentuknya Kabupaten Lampung Barat berdasarkan UU RI Nomor 6 Tahun 1991, sehingga Wilayah Lampung Utara berkurang 6 kecamatan yaitu: Sumber Jaya, Balik Bukit, Belalau, Pesisir Tengah, Pesisir Selatan dan Pesisir Utara. Pemekaran kedua terjadi dengan terbentuknya Kabupaten Tulang Bawang berdasarkan UU RI Nomor 2 Tahun 1997. Wilayah

Lampung Utara kembali mengalami pengurangan sebanyak 4 kecamatan yaitu: Menggala, Mesuji, Tulang Bawang Tengah dan Tulang Bawang Udik. Pemekaran ketiga terjadi dengan terbentuknya Kabupaten Way Kanan berdasarkan UURI Nomor 12 Tahun 1999, Lampung Utara kembali berkurang 6 kecamatan yaitu: Blambangan Umpu, Pakuan Ratu, Bahuga, Baradatu, Banjit dan Kasui. Kabupaten Lampung Utara, saat ini tinggal 8 kecamatan yaitu: Kotabumi, Abung Selatan, Abung Timur, Abung Barat, Sungkai Selatan, Sungkai Utara, Tanjung Raja dan Bukit Kemuning.

Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 20 Tahun 2000, jumlah kecamatan dimekarkan menjadi 16 kecamatan dengan menetapkan 8 kecamatan pembantu yaitu : Kotabumi Utara, Kotabumi Selatan, Abung Semuli, Abung Surakarta, Abung Tengah, Abung Tinggi, Bunga Mayang dan Muara Sungkai, sedangkan hari kelahiran Kabupaten Lampung Utara Sikep ini, setelah melalui berbagai kajian, disepakati jatuh tanggal 15 Juni 1946 dan ini disahkan dalam Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2002.

Berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2006 tanggal 15 Agustus 2006, telah dimekarkan kembali 7 kecamatan yang baru, yaitu sebagai berikut:

1. Kecamatan Hulu Sungkai ibukota Gedung Maripat
2. Kecamatan Sungkai Tengah ibukota Batu Nangkop
3. Kecamatan Sungkai Barat ibukota Sinar Harapan
4. Kecamatan Sungkai Jaya ibukota Cempaka
5. Kecamatan Abung Pekurun ibukota Pekurun
6. Kecamatan Abung Kunang ibukota Aji Kagungan
7. Kecamatan Blambangan Pagar ibukota Blambangan

2.2 Hutan Rakyat

Menurut UU No. 41 tahun 1999, hutan adalah satu kesatuan ekosistem berupa hamparan lahan berisi sumber daya alam hayati yang didominasi pepohonan dalam persekutuan alam lingkungannya, yang satu dengan yang lainnya tidak dapat dipisahkan. Hutan yang tumbuh atau dibangun oleh rakyat di atas tanah

milik rakyat dengan jenis tanaman hutan adalah hutan rakyat. Departemen Kehutanan dan Perkebunan (1999) memberikan batasan yang termasuk hutan rakyat yaitu hutan yang tumbuh di atas tanah milik dengan luas minimal 0,25 ha, penutupan tajuk didominasi oleh pepohonan, dan tanaman tahun pertama minimal 500 batang. Hutan rakyat sebagai salah satu aktivitas dalam bertani mampu menciptakan peluang bagi pemiliknya untuk memenuhi kebutuhan akan kayu sendiri seperti untuk mencukupi kebutuhan bahan bangunan, kayu bakar, papan, dan sebagainya. Namun sebagian besar petani lebih memilih untuk menjual kayu dan hanya menggunakan kayu untuk digunakan sendiri kalau terpaksa (Anatika *et al.*, 2019).

Hutan rakyat perlu adanya perencanaan tepat dalam pengelolaan hutan sangat dibutuhkan agar kelestariannya dapat terjaga, selain itu dibutuhkan pihak-pihak yang terkait dalam pengambilan keputusan sehingga dalam perencanaan tersebut dapat berjalan baik. Perencanaan juga sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan akan kayu, baik untuk memenuhi kebutuhan manusia dan perekonomian (Butar *et al.*, 2019).

2.3 Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu kegiatan wajib yang dilakukan pengusaha termasuk pengusaha pada bidang pertanian dalam upayanya untuk mempertahankan kehidupannya dengan tujuan lain untuk mendapatkan laba dan berkembang. Usaha yang dilakukan tersebut bergantung pada keahlian seseorang pada bidang pemasaran, produksi, keuangan dan sumber daya manusia.

Pengertian pemasaran memiliki arti luas dalam penjualan dan pembelian barang. Beberapa ahli mendefinisikan pemasaran. Menurut Makkarennu *et al.* (2018), menjelaskan pemasaran yaitu suatu proses sosial dan manajemen, pada masing-masing individu atau kelompok dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya melalui pembuatan dan pertukaran suatu produk dan uang dengan individu atau kelompok lainnya. Kemudian Setiyaningrum (2015) mendefinisikan bahwa pemasaran merupakan proses merencanakan dan melaksanakan konsepsi

menentukan harga, promosi, dan distribusi dari sebuah gagasan, barang, serta jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan sasaran dari pada individu dan organisasi (lembaga) pada bidang pemasaran.

Berdasarkan pernyataan di atas, pemasaran merupakan proses aliran suatu komoditi yang diikuti pemindahan kepemilikan pada suatu waktu dan tempat yang dilakukan lembaga pemasaran. Pemasaran juga banyak melibatkan banyak pihak-pihak sehingga menimbulkan banyak kegiatan yang berbeda, hal tersebut juga berdampak pada penambahan nilai produk karena terjadinya pergerakan pada suatu sistem pemasaran.

Lembaga pemasaran merupakan suatu badan yang segala kegiatan atau usaha yang dilakukan pada bidang pemasaran, yaitu mendistribusikan dari produsen ke konsumen melalui pemasaran. Pelaku utama dalam pemasaran sengon (*Falcataria moluccana*), yaitu lahan miliknya, sedangkan pihak-pihak yang terkait dalam penyiapan dalam bahan baku sengon yaitu pekerja, jasa tebang pohon, jasa angkutan, serta pihak yang membantu dalam pemasarannya. Industri pemasaran tentunya akan banyak efisiensi yang bisa dimanfaatkan bagi pengusaha atau pengelola industri (Prihadi, 2019). Pada kegiatan pemasaran setelah lembaga pemasaran maka akan terdapat saluran pemasaran (Munawar *et al.*, 2013).

Suntoyo (2015) menjelaskan bahwa, saluran pemasaran adalah strategi dalam penyediaan barang-barang untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Strategi ini meliputi pemilihan jalan dan saluran perantara pemasaran yang membentuk struktur penyaluran. Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan dalam saluran pemasaran kegiatan pemasaran saling bergantung dalam proses penyaluran produk dari produsen ke konsumen pada usaha memasarkan produknya. Dengan tidak adanya saluran pemasaran maka konsumen akan kesulitan dalam menemukan barang yang dibutuhkan, ataupun perusahaan akan mengalami kesulitan untuk mendistribusikan produk tersebut kepada konsumen. Tujuan utama dalam kegiatan pemasaran adalah pemasaran yang berlangsung efisien bagi semua pada saluran pemasaran.

Efisiensi pemasaran adalah penilaian prestasi kerja dari proses pemasaran yang dapat diukur dari peningkatan rasio masuk (*Input*) dan keluar (*Output*) kayu (Sawyer *et al.*, 2011). Pasar yang tidak efisien dapat dikatakan apabila adanya ketidakseimbangan antara harga *input* dan harga *output*, oleh karena itu, efisiensi pemasaran akan terjadi apabila yaitu :

1. Biaya pemasaran yang dapat ditekan sehingga keuntungan pemasarannya dapat yang lebih tinggi.
2. Persentase perbedaan harga yang dibayarkan oleh konsumen tidak terlalu tinggi.
3. Tersedianya fasilitas fisik pemasaran sehingga memudahkan dalam pemasaran.
4. Adanya persaingan pasar yang sehat (Hamdja *et al.*, 2015).

Konsep efisiensi pemasaran ada dua sebagai berikut;

1. Konsep *input-output* rasio

Menurut Pratiwi *et al.* (2019), 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 untuk kegiatan pemasaran dengan tujuan memperoleh keuntungan. *Output* (pengeluaran) adalah kepuasan konsumen terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh lembaga pemasaran untuk memenuhi kebutuhannya (Herwanti *et al.*, 2021).

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 maupun tekanan dalam mengurangi biaya (*input*) yang menghasilkan barang dan jasa, sedangkan efisiensi harga merupakan perbaikan dalam tata cara (operasi) pembelian dan penjualan proses pemasaran (Wulandari *et al.*, 2018)

2. Konsep analisis struktur, perilaku dan keragaman 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) Keragaman pasar mengacu pada pengaruh nyata struktur dan perilaku yang diukur dari berbagai variabel, yaitu: harga, biaya dan volume *output*.

2.4 Deskripsi Pohon Sengon (*Falcataria moluccana*)

Pohon sengon (*Falcataria moluccana*) adalah salah satu tanaman berkayu yang dapat memberikan kontribusi nyata untuk menyediakan bahan baku berupa kayu. Pohon sengon memiliki kelebihan pada kualitas kayu yang sangat baik dan bernilai ekonomis yang tinggi. Selain itu, pohon sengon memiliki berbagai macam kegunaan dalam kehidupan sehari-hari, terutamanya dibidang industri perabot rumah tangga misalnya pembuatan meja, kursi, lemari dan sebagainya. klasifikasi tanaman pohon sengon berdasarkan taksonomi dan botani sebagai berikut:

Klasifikasi Pohon Sengon (*Falcataria moluccana*) :

Kingdom : Plantae
 Subkingdom : Trachebionta
 Divisi : Magnoliopsida
 Subdivisi : Spermatophyta
 Kelas : Magnoliopsida
 Ordo : Fabales
 Famili : Fabaceaea
 Genus : *Paraserianthes*
 Spesies : *Paraserianthes falcataria* L. Neilsen

Morfologi Pohon Sengon

Morfologi tanaman pohon sengon dapat dilihat berdasarkan ciri-ciri pohon sengon, umumnya adalah:

1. Akar

Akar pohon sengon yaitu berupa serabut atau rambut akar yang fungsinya membantu dalam penyerapan air dan unsur hara. Akar sengon terdapat bintil akar yang merupakan hasil simbiosis tanaman sengon dengan bakteri pengikat hidrogen, bintil akar berfungsi mengikat nitrogen bebas sendiri. Akar tunggangnya yang kuat dapat menembus ke dalam tanah, semakin besar pohonnya maka akar tunggangnya akan semakin dalam ke tanah.

2. Batang

Pohon sengon merupakan pohon dengan pertumbuhan cepat. Pada umur 1 tahun pohon sengon dapat tumbuh mencapai tinggi 7 m dan ketika umur 12 tahun tinggi pohon tersebut dapat mencapai 39 m dengan diameter lebih dari 60 cm dan tinggi cabang 10-30 m. Ketika pohon sudah tua diameter pohon mencapai 1 m atau lebih. Batang tidak berbanir, batang lurus, dan silindris dengan kulit yang licin, berwarna abu-abu atau kehijau-hijauan.

3. Daun

Daun sengon memiliki susunan yang majemuk menyirip ganda yang panjangnya sekitar 23-30 cm. Anak daunnya kecil-kecil banyak dan berpasangan, pada setiap tangkai terdiri dari 15-20 pasang daun. Daunnya berbentuk lonjong dan pendek kearah ujung. Permukaan daunnya berwarna hijau pucat dan tidak memiliki rambut halus sedangkan pada bagian bawah daun berwarna hijau lebih pucat dengan rambut halus.

4. Bunga

Bunga sengon tersusun dalam malai dengan panjang 12 cm, berwarna putih kekuningan dan ada sedikit bulu, berbentuk saluran atau lonceng. Bunga merupakan *bisexual* yang memiliki bunga jantan dan betina (Khirsawati, 2011).

5. Buah

Buah sengon berbentuk seperti polong namun pipih, tipis, dan tidak bersekat. Buah sengon berukuran panjang 10-13 cm dan lebar 2 cm, setiap buahnya

berisi 15-20 biji. Biji sengon ketika masih muda memiliki warna hijau dan ketika sudah tua berwarna coklat kehitaman dan agak keras, berbentuk pipih, lonjong, dan tidak bersayap, bijinya berukuran 6 mm. (Krisnawati, 2011).

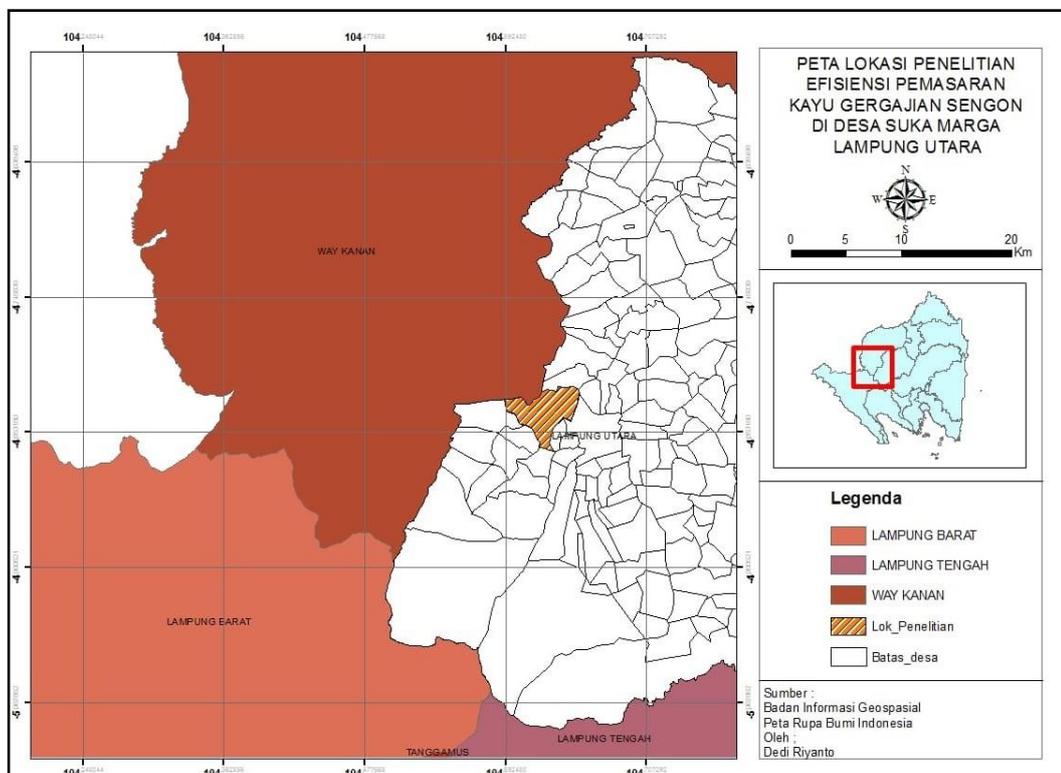
Pohon sengon merupakan tanaman asli Indonesia, Papua Nugini, Kepulauan Solomon, dan Australia. Pohon sengon memiliki pertumbuhan yang sangat cepat, bahkan ada yang menyebutkan kalau pohon sengon merupakan tanaman dengan pertumbuhan paling cepat di dunia, dalam setahun tingginya dapat mencapai 7 meter hanya dalam waktu satu tahun (Syamsuddin, 2019).

Sengon dapat tumbuh di berbagai macam tanah baik pada tanah kering, tanah lembap, dan bahkan tanah yang mengandung garam dan asam. Sengon termasuk dalam tanaman pionir yang dapat tumbuh di hutan primer, hutan hujan daratan rendah sekunder dan hutan pegunungan, padang rumput, dan pinggir jalan dekat laut. Habitat alami sengon memiliki curah hujan kisaran antara 2000 dan 2700 mm, kadang-kadang sampai 4000 mm pada musim kering. Sengon biasanya tumbuh pada ketinggian 1600 mdpl sampai ketinggian 3.300 mdpl bahkan kadang-kadang lebih (Krisnawati dkk, 2011).

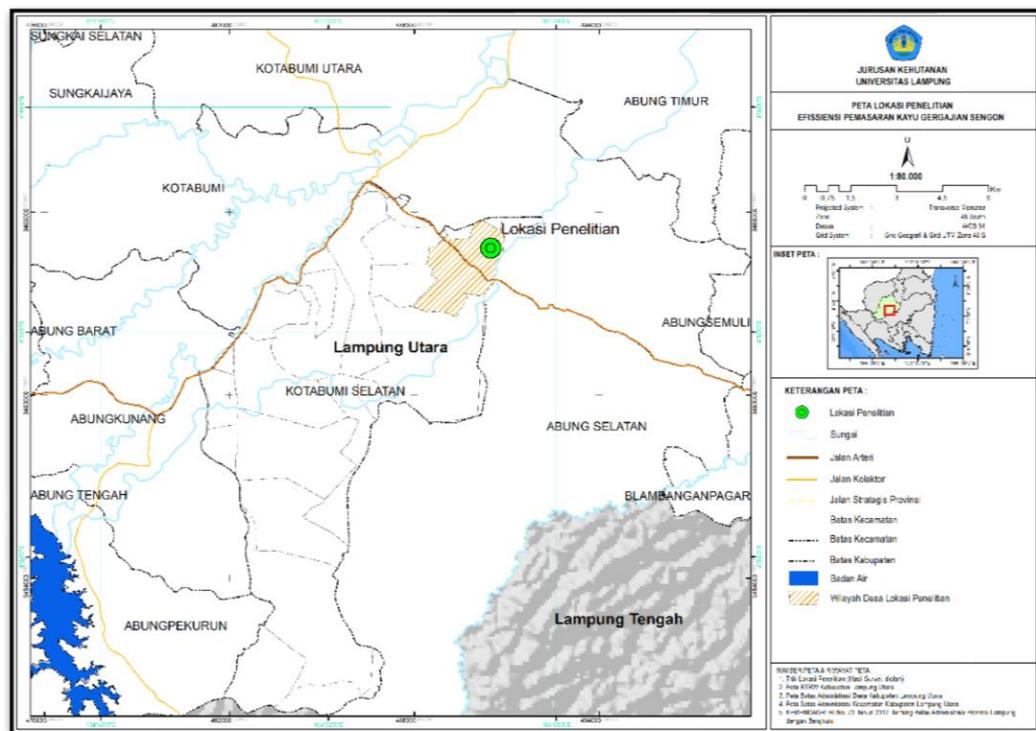
III. METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat

Penelitian pemasaran kayu gergajian sengon pada *sawmill* rakyat dilakukan pada 2 (dua) tempat yaitu PK Cahaya Utama yang bertempat di Desa Sukamarga, Kecamatan Abung Tinggi, Kabupaten Lampung Utara dan PK Lancar yang bertempat di Kelapa Tujuh, Kecamatan Kotabumi Selatan Kabupaten Lampung Utara. Lokasi penelitian tersebut merupakan *sawmill* rakyat yang sering dikunjungi untuk membeli atau mendistribusikan produk kayu gergajian (papan, kasau, reng, dan balok) ke lembaga pemasaran atau langsung ke konsumen. Peta lokasi penelitian disajikan gambar berikut :



Gambar 1. Lokasi Penelitian PK Cahaya Utama



Gambar 2. Lokasi penelitian PK Lancar

3.2 Objek dan Alat Penelitian

Objek penelitian ini adalah produsen kayu gergajian sengon berupa papan yang berasal dari hutan rakyat yang berada di PK Cahaya Utama dan PK Lancar di Lampung Utara. Alat penelitian yang digunakan adalah alat tulis, kuesioner, *tally sheet*, kamera, laptop dan alat penunjang lainnya.

3.3 Batasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada 2 (dua) lokasi yaitu PK Cahaya Utama dan PK Lancar yang dalam pemasaran kayu gergajiannya hanya dilingkup Lampung Utara. Kemudian dalam analisis saluran pemasaran dimulai dari *sawmill* rakyat (produsen) sampai ke konsumen akhir di Kabupaten Lampung Utara.

3.4 Penentuan Responden

Pengambilan sampel ditentukan dengan teknik *snowball sampling* yang berlokasi di PK Cahaya Utama Desa Sukamarga Kecamatan Abung Tinggi dan PK Lancar Kecamatan Kotabumi Selatan di Lampung Utara. *Sawmill* rakyat yang akan dijadikan sampel yaitu *sawmill* rakyat yang memproduksi kayu gergajian sengon berupa papan dan memproduksi secara berkelanjutan. Analisis responden saluran pemasaran dilakukan dengan cara *snowball sampling* untuk mengetahui lembaga-lembaga yang terlibat dalam pemasaran kayu gergajian sengon berupa papan. Teknik *snowball sampling* digunakan untuk mengidentifikasi, menentukan dan mengambil sampel pada suatu responden yang tidak dapat ditentukan dengan jelas. Sehingga peneliti dapat mengambil informasi dari individu kunci untuk mengumpulkan data dari lembaga pemasaran kayu gergajian sengon.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data atau informasi di lapangan terkait dengan tujuan penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

3.5.1. Observasi

Observasi adalah cara pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung dengan turun ke lapangan sehingga data yang diperoleh berdasarkan peristiwa yang sedang berlangsung. Patton (2020), observasi adalah metode yang akurat dan spesifik dalam melakukan pengumpulan data serta memiliki tujuan mencari informasi mengenai segala kegiatan yang sedang berlangsung untuk dijadikan objek kajian dalam sebuah penelitian. Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan mengamati dan mencatat sikap, aktivitas dan pendapat informan mengenai saluran pemasaran dan efisiensi kayu sengon.

3.5.2. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam adalah teknik pengumpulan data melalui proses interaksi komunikasi secara langsung yaitu tanya jawab dengan informan

secara mendalam. Menurut Nasution (2018), pada dasarnya wawancara (*interview*) dilakukan dengan dua bentuk yaitu wawancara berstruktur dan wawancara tak berstruktur.

Teknik berstruktur dilakukan melalui pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti, sementara wawancara tak berstruktur timbul apabila jawaban berkembang di luar pertanyaan-pertanyaan terstruktur namun tidak lepas dari permasalahan penelitian. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam dengan cara tanya jawab dengan informan secara langsung dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara.

3.5.3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara pengumpulan data berupa buku catatan, foto, maupun video guna untuk kelengkapan data ataupun informasi terkait penelitian. Keberhasilan suatu penelitian kualitatif sangat tergantung kepada kelengkapan catatan lapangan yang disusun peneliti (Bogdan dan Biklen dalam Rukajat, 2018:26). Dokumentasi dalam penelitian ini berupa catatan lapangan, foto, video dan data tertulis lainnya. Dokumentasi tersebut dapat diperoleh dari wawancara dan observasi yang dilakukan dengan informan yang terlibat.

3.6 Analisis Data

Adapun analisis yang perlu dilakukan dalam penelitian sebagai berikut:

3.6.1. Analisis saluran pemasaran

Analisis saluran pemasaran bertujuan untuk mengetahui saluran pemasaran yang terjadi pada PK Cahaya Utama dan PK Lancar. Analisis saluran pemasaran dilakukan secara deskriptif dengan mengamati proses pemasaran yang melibatkan semua pihak yang terlibat, mulai dari industri rakyat selaku . produsen kayu sengon hingga konsumen akhir kayu sengon.

3.6.2. Analisis Margin Pemasaran

Margin pemasaran merupakan harga atau selisih harga yang dibayar konsumen akhir dengan harga yang diterima oleh petani (Mandak *et al.*, 2017). Margin pemasaran dapat dilihat dari dua sisi yaitu berdasarkan sudut pandang harga dan biaya pemasaran. Produsen akan menganggap bahwa selama proses pemasaran terdapat lembaga yang terlibat dalam pemasaran tersebut. Berdasarkan penjelasan tersebut, margin pemasaran dapat ditentukan dengan mengetahui harga pada tingkat konsumen (P_r) dan harga pada tingkat produsen (P_f) dengan rumus sebagai berikut :

$$M_p = P_r - P_f$$

Keterangan:

M_p = Margin lembaga pemasaran tingkat ke-i (Rp/m^3)

P_r = Harga di tingkat konsumen (Rp/m^3)

P_f = Harga di tingkat produsen (Rp/m^3)

3.6.3. Analisis Margin Keuntungan

Keuntungan pemasaran diperoleh dari margin pemasaran dikurangi biaya pemasaran. Keuntungan setiap lembaga ditentukan oleh berbagai faktor diantaranya, jarak tempat pemasaran dari tempat produsen, ada atau tidaknya tenaga kerja dalam pemasaran, ketersediaan bahan dan lain-lain. Efisiensi digunakan untuk memperbesar keuntungan yang dilakukan produsen dengan cara menjual produk berupa produk secara langsung kepada pengumpul, pengecer, perantara, dan sebagainya (Andrianto, 2014). 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/m^3)

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

B_{ti} = Biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i (Rp/m³)

3.6.4. Analisis *Share* Harga

Share harga diperoleh dari persentase yang diterima oleh dari harga pada konsumen akhir. Pemasaran berjalan dengan efisien jika *share* yang dihasilkan lebih dari 50%. Menurut Hasyim (2012), rumus nilai *share* harga sebagai berikut :

$$Sp = \frac{Pr}{Pf} \times 100 \%$$

Keterangan:

Sp = *Share* yang diterima produsen

Pf = Harga yang diterima pada tingkat produsen (Rp/m³)

Pr = Harga yang diterima pada tingkat Konsumen (Rp/m³)

3.6.5. Rasio Profit Margin

Nilai Rasio Profit Margin (RPM) diperoleh dari perbandingan margin keuntungan dengan biaya total. Penyebaran margin pemasaran dapat dilihat berdasarkan persentase keuntungan terhadap biaya pada masing-masing lembaga pemasaran. Menurut Hasyim (2012), rumus RPM sebagai berikut :

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

Keterangan:

RPM = Rasio Profit Margin

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

B_{ti} = Biaya pemasaran lembaga pemasaran tingkat ke-i (Rp/m³)

3.6.6. Analisis Efisiensi Pemasaran

Efisiensi pemasaran dapat dikatakan telah terjalan dengan efisien jika *output* yang dikeluarkan lebih besar dari nilai produk maka dapat disimpulkan pemasaran tersebut tidak berjalan dengan efisien ($EP > 1$), sebaliknya jika *output* yang dikeluarkan lebih sedikit maka dapat disimpulkan pemasaran tersebut berjalan dengan efisien ($EP < 1$) (Fatmawati dan Zulham, 2019). Berdasarkan pernyataan di atas, rumus efisiensi pemasaran sebagai berikut :

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

Keterangan :

EP = Efisiensi Harga

Efisiensi pemasaran juga dapat dilihat dengan menganalisis margin pemasaran, RPM, *share* (keuntungan) dan nilai efisiensi pemasaran pada setiap lembaga pemasaran kayu sengon. Data tersebut dianalisis secara deskriptif kuantitatif.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Kesimpulan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Terdapat 3 (tiga) saluran pemasaran pada PK Cahaya Utama dan 3 (tiga) saluran pemasaran pada PK Lancar di Lampung Utara. Saluran pemasaran pada PK Cahaya Utama yaitu : (1) sawmil rakyat ke konsumen akhir, (2) *sawmill* rakyat ke pedagang perantara kemudian ke industri, dan (3) *sawmill* rakyat ke industri kemudian ke konsumen akhir, sedangkan saluran pemasaran pada PK Lancar yaitu : (1) *sawmill* rakyat ke konsumen akhir, (2) *sawmill* rakyat ke industri kemudian ke konsumen akhir, dan (3) sawmill rakyat ke pedagang perantara kemudian ke konsumen akhir.
2. Pemasaran kayu gergajian sengon pada PK Cahaya Utama dan PK Lancar telah berjalan dengan efisien.

5.2. Saran

Penelitian ini diharapkan sawmill rakyat dapat memahami proses pemasaran kayu gergajian sehingga mendapatkan keuntungan yang lebih besar dari sebelumnya. Keuntungan akan mencapai maksimal jika pemasaran jika pemasaran kayu gergajian langsung menjual kayu gergajian ke konsumen akhir dan tidak melalui lembaga pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahsana, D., Hamidah, Soedarti, T., dan CESA. 2011. Keanekaragaman varietas dan hubungan kekerabatan pada tanaman jati (*Tectona grandis* Linn.) melalui pendekatan morfologi di kebun bibit permanen Kecamatan Kedungpring Kamongan. *Skripsi*. Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Airlangga. Surabaya. 132 hlm.
- 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.
- Andis. 2018. Analisis keragaman genetik anakan jati (*Tectona grandis* Linn. f.) pada berbagai provenansi berdasarkan penanda mikrosatelit. *Skripsi*. Universitas Hasanuddin. Makasar. 39 hlm.
- Andrianto, T. T. 2014. *Pengantar Ilmu Pertanian : Agraris, Agrobisnis, Agroindustri, dan Agroteknologi*. Buku. Global Pustaka Utama, Yogyakarta. 418 hlm.
- Ardiatmoko, B. 2016. Penggunaan metode minkowski distance untuk implementasi pengenalan serat kayu jati. *Artikel*. Kediri. 7 hlm.
- Ariandi, E. A., Duryat, dan Santoso, T. 2018. Analisis rendemen atsiri biji pala (*Myristica fragrans*) pada berbagai kelas intensitas cahaya matahari di Desa Batu Keramat Kecamatan Kota Agung Kabupaten Tanggamus. *Jurnal Sylva Lestari*. 6 (1) : 24 - 31.
- Butar, V. B., Duryat, Hilmanto, R. 2019. Strategi pengembangan hutan rakyat di desa bandar dalam kecamatan sidomulyo Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Sylva Lestari*. 7 (1) : 110-117.
- Fatmawati dan Zulham. 2019. Analisis margin dan efisiensi saluran pemasaran petani jagung (*Zea mays*) di desa suka makmur Kabupaten Pohuwato Provinsi Gorontalo. *Gorontalo Agriculture Technology Journal*. 2 (1) : 19 – 29.

- Fauzan, H., Sulistyawati, E., dan Lastini, T. 2019. Strategi pengelolaan untuk pengembangan hutan rakyat di Kecamatan Rancakalong, Kabupaten Sumedang. *Jurnal Sylva Lestari*. 7 (2) : 164 - 173.
- 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. IPB Press. Bogor. 186 hlm.
- Hasyim, A. I. 2012. *Tataniaga Pertanian*. Buku. Universitas Lampung. Bandar Lampung. 253 hlm.
- Herwanti, S., Febryano I. G., dan Utama, R. C. 2021. Efisiensi pemasaran kayu gergajian sengon (*Falcataria moluccana*) pada industri penggergajian kayu rakyat. *Journal Of Forestry Research*. 4 (1) : 36-47.
- Laksemi, N. P. S. T., Sulistyawati E., dan Mulyaningrum. 2019. Perhutanan sosial berkelanjutan di Provinsi Bali (studi kasus di hutan Desa Wanagiri). *Jurnal Sylva Lestari*. 7 (2) : 150-163.
- Makkarennu, M., Syah, M. E., and Supratman, S. 2018. Sistem pemasaran kayu rakyat di Kabupaten Bulukumba Sulawesi Selatan. *Jurnal Hutan dan Masyarakat*. 5(1): 192–202.
- Mandak, B. M., Rorimpandey, P. O. V., Waleleng, F. N. S., dan Oro. 2017. Analisis margin pemasaran ayam broiler di pasar tradisional Kota Manado. *Jurnal Zootek*. 37(1) : 70-79.
- Munawar, I., dan Ananda, C. F. 2013. Analisis pemasaran karet di Kabupaten Kapuas. *Jurnal Wacana*. 12(3) : 1411-0199.
- Nuryanti, D. M. 2017. Analisis usaha pemanfaatan limbah kulit kayu gergajian di UD. Sumarni Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara. *Journal TABARO Agriculture Science*. 1(1): 27–37.
- Parlinah, N., Irawanti, S., Aneka, P. S., dan Kiesfianti, L. G. 2015. Distribusi nilai tambah dalam rantai nilai kayu sengon (*Paraserianthes falcataria*) dari Kabupaten Pati, Jawa Tengah, Indonesia. *Jurnal Penelitian Sosial Ekonomi Kehutanan*. 12 (2) : 77-87.
- 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, T. 2019. *Analisis Laporan Keuangan*. Buku. PT Gramedia Pustaka Utama. 659 hlm.
- Pudjiono, S. 2014. *Produksi Bibit Jati Unggul (Tectona grandis L.f.) Dari Klon dan Budidayanya*. Buku. IPB Press. 44 hlm.
- Putri, R. W., Qurniati, R., dan Hilmanto, R. 2015. Karakteristik petani dalam pengembangan hutan rakyat di Desa Buana Sakti Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur. *Jurnal Sylva Lestari*. 3 (2) : 89 - 98.
- Rahmah, N., Kaskoyo, H., Saputro, S. G., dan Hidayat, H. 2020. Analisis biaya produksi furnitur: studi kasus di mebel barokah 3, Desa Marga Agung, Lampung Selatan. *Jurnal Sylva Lestari*. 8 (2) : 207 - 217.
- Sawyer, G. A., dan Laran, J. 2011. The readability of marketing. *Journal of Marketing*. 7(2) : 108-117.
- Sayuti, A. J. 2013. *Manajemen Kantor Praktis*. Buku. Alfabeta. Bandung. 217 hlm.
- Setyaningrum, A. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Buku. Andi. Yogyakarta. 128 hlm.
- Sopianoor. Yahya, Z., dan Biantari, M. P. 2016. Studi rendemen bahan baku log pada iuphkh rusmandiansnyah di Kecamatan Damai Kabupaten Kutai Barat. *Jurnal Agrifor*. 15(2) : 289-296.
- Suntoyo, D., 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Buku. CAPS. Yogyakarta. 246 hlm.
- Ulya, N. A., Martin, E., Prenomo, B. T., dan Nopriansyah. 2007. Kajian pemasaran kayu jati rakyat di Kabupaten Tampung Timur. *Jurnal Info Sosial Ekonomi*. 7(4) : 211-221.
- Utama, R. C., Febryano I. G., Herwanti, S., dan Hidayat, W. 2019. Saluran pemasaran kayu gergajian sengon (*Falcataria moluccana*) pada Industri penggergajian kayu rakyat di Desa Sukamarga, Kecamatan Abung Tinggi, Kabupaten Lampung Utara. *Jurnal Sylva Lestari*. 7 (2) : 195-203.
- Wulandari, D., Qurniati, R., dan Herwanti, S. 2018. Efisiensi pemasaran durian (*Durio Zibethinus*) di desa wisata durian Kelurahan Sumber Agung. *Jurnal Sylva Lestari*. 6 (2) : 68-76.