

IDENTIFIKASI SALURAN PEMASARAN KAYU GERGAJIAN SENGON (*Falcataria moluccana*) PADA PK CAHAYA UTAMA DAN PK LANCAR

Syahril Sayuti¹, Dr. Ir. Slamet Budi Yuwono, M.S.², Susni Herwanti, S.Hut. M.Si.³,
Dr. Rudi Hilmanto, S.Hut. M.Si.⁴

Jurusan Kehutanan, Universitas Lampung
Jl. Prof. Sumantri Brojonegoro No. 1 Bandar Lampung 35145

¹syahrilsayuti@gmail.com

²slamet.budi@fp.unila.ac.id

³susni.herwanti@fp.unila.ac.id

⁴rudi.hilmanto@fp.unila.ac.id

Intisari — Saluran pemasaran merupakan faktor penting dalam distribusi produk pada *sawmill* rakyat yang menggunakan bahan baku kayu gergajian sengon. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran pemasaran pada PK Cahaya Utama dan PK Lancar di Lampung Utara. Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara kepada responden. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis deskriptif untuk menentukan saluran pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada *Sawmill* PK Cahaya Utama memiliki 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. PK Lancar memiliki tiga saluran pemasaran yaitu (1) *Sawmill* Rakyat – Konsumen Akhir, (2) *Sawmill* Rakyat – Industri Lampung Utara, dan (3) *Sawmill* Rakyat – Pedagang Perantara – Konsumen Akhir. Pemasaran produk kayu gergajian sengon PK Cahaya Utama dan PK Lancar dapat menggunakan media internet sebagai sarana untuk mempercepat dan jangkauan yang lebih luas dalam pemasaran produk kayu gergajian berupa sengon.

Kata Kunci : Saluran Pemasaran, *Sawmill* Rakyat, Kayu Gergajian Sengon

Abstract — *The marketing channel was an important factor in the distribution of product to a sawmill that used lumber from the country. The aim of this research is to examine the marketing channels for PK Cahaya Utama and PK Lancar in North Lampung.. Data were collected through observation and interviews with respondents. The data obtained were analyzed using channel analysis and marketing margin methods. The results showed that the PK Cahaya Utama Sawmill 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 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 sengon sawn wood products PK Cahaya Utama and PK Lancar can use media internet as a means to accelerate and have a wider reach in the marketing of sawn wood products in the form of sengon.*

Keywords — *Marketing Channels, People's Sawmill, Sengon Sawn Wood*

I PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi dapat memberikan informasi sehingga membawa dampak yang begitu besar terhadap keuntungan pada suatu perusahaan. Perusahaan mempunyai kesempatan untuk mendapatkan keuntungan dari setiap pemasaran produk tersebut. Perusahaan harus memanfaatkan segala aspek-aspek yang ada

dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas perusahaannya.

Manajemen yang efisien dan efektif merupakan aspek dalam mempertahankan kualitas perusahaan tersebut. Perusahaan memerlukan seseorang yang mampu dan ahli dalam memenuhi kebutuhan perusahaan, sehingga perusahaan tersebut mampu bersaing dengan perusahaan lainnya dalam bidang pemasaran atau perdagangan [1].

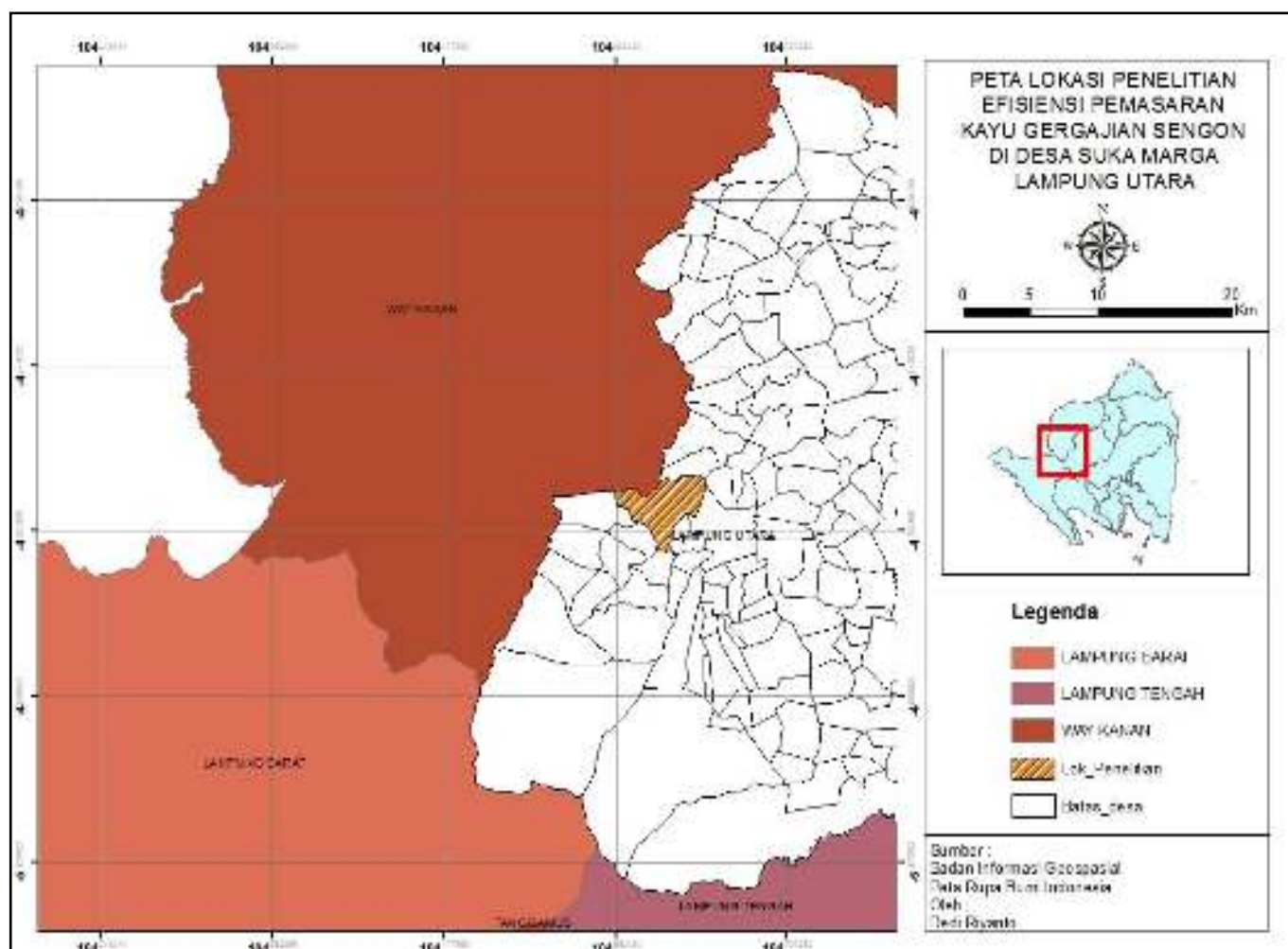
Seseorang yang ahli dalam manajemen sudah pasti akan berkaitan dengan pemasaran. Pemasaran merupakan suatu rangkaian dari kegiatan yang berhubungan dengan alur barang dan jasa yang dimulai dari produsen ke konsumen akhir dengan tujuan untuk memuaskan keinginan dari konsumen [2]. Kegiatan pemasaran ini masalah yang akan dihadapi pertama tidak hanya barang sebelum dibuat tetapi juga barang setelah dibuat dan barang tersebut siap untuk dipasarkan. Kegiatan yang dilakukan dalam memasarkan barang dari produsen ke konsumen disebut dengan saluran pemasaran [3].

Perusahaan yang kurang efektif dan efisien dalam melaksanakan kegiatan pemasaran disebabkan oleh kurang tepatnya dalam pemilihan saluran pemasaran yang digunakan [4]. Pemilihan saluran pemasaran harus tepat bila terjadi kesalahan akan mengakibatkan melambatnya dalam penyaluran barang-barang ke konsumen akhir [5]. Saluran pemasaran merupakan penentu keberhasilan pemasaran hasil produksi suatu

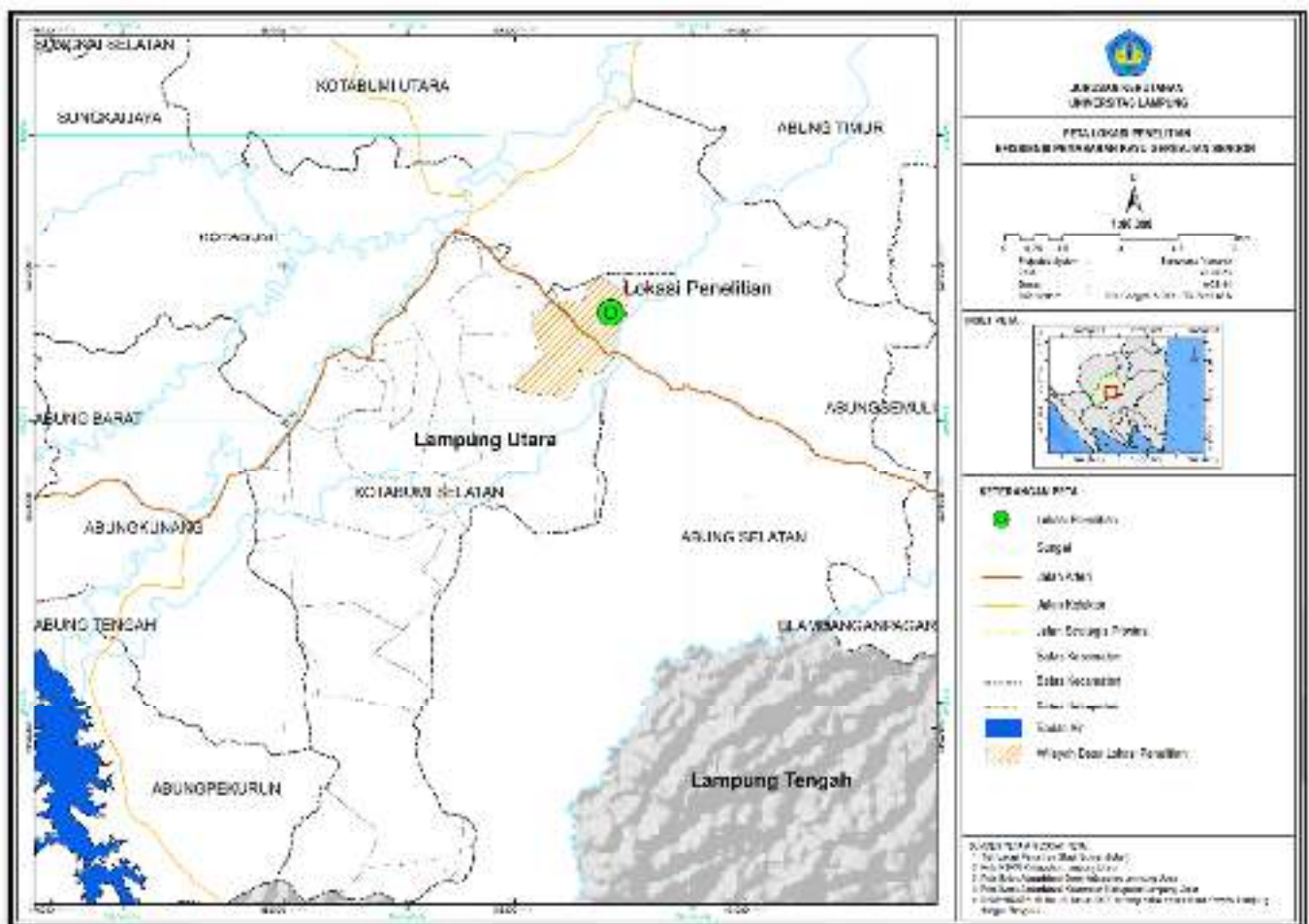
perusahaan [6]. Saluran pemasaran akan lebih efektif apabila dalam mendistribusikan menggunakan pedagang perantara yang juga dapat menyalurkan secara langsung hasil produksinya ke konsumen [7]. Tujuan penelitian ini yaitu mengidentifikasi saluran pemasaran pada PK Cahaya Utama dan PK Lancar, sehingga dapat mengetahui apakah pada kedua PK tersebut dapat dikatakan telah berjalan dengan efisien atau belum.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian pemasaran kayu gergajian sengon pada *sawmill* rakyat dilakukan pada 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. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari – Februari 2022 di *Sawmill* Rakyat PK Cahaya di Sukamarga.



Gambar 1. Peta Lokasi PK Cahaya Utama



Gambar 2. Peta Lokasi PK Lancar

Pengambilan sampel ditentukan dengan teknik *snowball sampling* yang dimulai dari PK Cahaya Utama dan PK Lancar di Lampung Utara. Teknik *snowball sampling* digunakan untuk mengidentifikasi, memilih dan mengambil sampel pada suatu responden yang tidak dapat ditentukan dengan jelas, sehingga peneliti dapat memanfaatkan individu kunci untuk menentukan lembaga pemasaran kayu gergajian sengon. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi dan wawancara mendalam.

Analisis yang perlu dilakukan dalam penelitian yaitu 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 [8][9].

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Sawmill

Pengolahan Kayu Gergajian pada PK Cahaya Utama dan PK Lancar menggunakan dua buah mesin Bandsaw tipe 36 yang umumnya biasa dipakai pada sawmill rakyat dan sering digunakan karena pemotongannya yang rapi. Bandsaw tipe 36 ini memiliki tenaga 20-24 HP dengan menggunakan bahan bakar solar, pisau gergajian yang digunakan berukuran 6.350 x 100 x 0,95 mm. Mesin pada PK Cahaya Utama dan PK Lancar berdasarkan data yang didapatkan dalam menjalankan mesin *bandsaw* membutuhkan 10 pekerja, setelah proses pemotongan kayu selesai, maka kayu tersebut akan dilakukan penyortiran berdasarkan ukuran dan jumlah tertentu.

Pekerja pada PK Cahaya Utama tersebut dibayar Rp 250.000/m³ dibagi 10 orang dengan

rincian upah tenaga kerja Rp 112.000/m³, biaya bahan bakar Rp 110.000/m³ (solar), biaya bongkar muat Rp 25.000/m³ dan perawatan mesin Rp 3.000. Pekerja pada PK Lancar dibayar Rp 300.000/m³ dibagi 10 orang dengan rincian upah tenaga kerja Rp 100.000/m³, biaya bahan bakar Rp 175.000/m³ (solar), bongkar muat Rp 20.000/m³ dan perawatan mesin Rp 5.000/m³. Pengolahan kayu gergajian dalam 1 hari pada PK Cahaya Utama dapat menghasilkan 6,6 m³ kayu gergajian dan pada PK Lancar dapat menghasilkan menghasilkan 10 m³ kayu gergajian.

Kayu sengon pada PK Cahaya Utama dan PK Lancar yang telah melalui proses pengolahan biasanya akan dikirim atau dijual ke panglong, meubel, dan industri yang berada lampung utara dan daerah sekitarnya. Kayu sengon mudah dijumpai di *sawmill*, panglong, meubel, dan industri tetapi banyak juga kayu yang sering gunakan dalam pengolahannya seperti durian (*Durio zibethinus*), mahoni (*Swietenia mahagoni*) juga banyak digunakan.

Tabel 1. Stok kayu bulat (*log*)

Nama <i>Sawmill</i>	Total <i>log</i> (m ³)	Hasil Kayu Gergajian Sengon (m ³)	Jumlah <i>bandsaw</i> (unit)
PK Cahaya Utama	250	200	2
PK Lancar	300	240	2
Jumlah	550	440	4

B. Sumber Bahan Baku

Kayu bulat (*log*) biasanya digunakan sebagai bahan baku *sawmill* rakyat, terutama kayu bulat (*log*) sengon yang digunakan pada PK Cahaya Utama dan PK Lancar, karena mudah ditemukan pada hutan rakyat di Lampung Utara. Petani kayu biasanya menjual kayu borongan kepada pengepul untuk diolah, dalam proses penjualan kayu biasanya terjadi sistem tawar-menawar antara penjual dan pengepul, para petani akan memberikan penawaran harga yang tinggi untuk mendapatkan keuntungan yang besar sedangkan pengepul akan menawarkan dengan harga yang lebih rendah sehingga mendapatkan keuntungan yang besar juga. Namun harga kayu pada tingkat petani cenderung lebih rendah karena harga jual kayu ditentukan oleh pengepul [10].

Tanaman hutan rakyat pada Kabupaten Lampung Utara ditanam menggunakan pola agroforestri (campuran pohon dengan tanaman) dan monokultur (tanaman sejenis) [11]. Tanaman agroforestri yang ditemukan yaitu sengon (*Falcataria moluccana*) dengan kopi (*Coffea sp*), sengon (*Falcataria moluccana*) dengan cengkeh (*Syzygium aromaticum*) dll. Sedangkan jenis tanaman monokultur yaitu sengon (*Falcataria moluccana*), durian (*Durio zibethinus*) dan karet (*Hevea brasiliensis*).

Sengon menjadi pohon yang sering ditanaman di hutan rakyat oleh petani karena memiliki jangka waktu tanam hingga panen yaitu berkisar 4-6 tahun dengan batang yang tinggi lurus keatas dan dalam penjualannya kayu sengon lebih mudah dijual dibandingkan dengan kayu jenis lainnya, sehingga dapat memenuhi kebutuhannya baik itu petani dan pengepul [12][13].

Pengepul merupakan sebutan untuk orang yang mengumpulkan namun yang dimaksudkan berupa kayu. Pengepul menjual kembali kayunya (*log*) ke *sawmill* rakyat dengan sistem kubikasi. Kubikasi merupakan konsep hitungan biaya berdasarkan volume barang untuk kebutuhan ekspedisi. Berdasarkan hasil wawancara terhadap PK Cahaya Utama dan PK Lancar, pengepul kebanyakan berasal dari luar daerah dan kayu tersebut berasal dari hutan rakyat [12].

C. Pengolahan Kayu

PK Cahaya Utama dan PK Lancar pada proses pemotongan kayu berupa papan telah dibuat dengan ukuran yang sesuai dengan keinginan dan tidak menimbulkan limbah kayu gergajian yang sangat banyak. Kayu *log* yang telah melewati proses pemotongan kayu menghasilkan produk papan (*output*) yang akan dijual ke konsumen [14]. Dalam hal ini, kegiatan penggergajian kayu berjalan dengan efisien karena *output* kayu gergajian hampir sama dengan input bahan baku di *sawmill* tersebut. Berikut adalah sortimen dan harga kayu gergajian yang ada di PK Lancar dan PK Cahaya Utama :

Tabel 2. Sortimen dan Harga Kayu Gergajian

Nama <i>Sawmill</i>	Ukuran	Harga
PK	2 x 20 x 4 m	Rp 1.400.000
Cahaya	2 x 25 x 4 m	Rp 1.500.000
Utama	2 x 30 x 4 m	Rp 1.600.000

PK	2 x 10 x 2 m	Rp 1.400.000
Lancar	2 x 20 x 2 m	RP 1.600.000
	2 x 20 x 3 m	Rp 1.700.000
	2 x 20 x 4 m	Rp 1.800.000

D. Saluran Pemasaran

Berdasarkan hasil pengamatan, saluran pemasaran pada PK Cahaya Utama ada tiga dan saluran pemasaran pada PK Lancar ada tiga sebagai berikut :

1. PK Cahaya Utama

Saluran 1.

Sawmill Rakyat → Konsumen Akhir.

Saluran 2.

Sawmill Rakyat → Pedagang Perantara → Industri → Konsumen Akhir.

Saluran 3.

Sawmill Rakyat → Industri → Konsumen Akhir.

2. PK Lancar

Saluran 1.

Sawmill Rakyat → Konsumen Akhir.

Saluran 2.

Sawmill Rakyat → Industri → Konsumen Akhir.

Saluran 3.

Sawmill Rakyat → Pedagang Perantara → Konsumen Akhir.

Saluran pemasaran di atas memiliki dua lembaga pemasaran yang terlibat, yaitu:

1. Industri

Industri (Panglong, meubel dll) akan membeli kayu gergajian sengan dari *sawmill* rakyat kemudian akan dijual secara eceran ataupun kubikasi ke konsumen [15]. Proses pengangkutan dan bongkar muat kayu gergajian menggunakan kendaraan jenis pickup, truk dan fuso tergantung jumlah dan ukuran kayu gergajian yang dijual dipasarkan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pemilik *sawmill* pengiriman produk kayu berupa papan lokasi pengiriman berada di Luar Kotabumi Lampung Utara pada PK Lancar yaitu Bandar Jaya, Bandar Lampung, Negara

Ratu, Metro, dan Blambangan Umpu, sedangkan lokasi pengiriman dari PK Cahaya Utama yaitu Rawa Jitu, Tulang Bawang, Mesuji, Pringsewu, dan Lampung Tengah [16].

2. Pedagang Perantara

Pedagang perantara menjadi tempat untuk menghubungkan antara *sawmill* rakyat dengan industri yang ada di dalam dan luar wilayah Lampung Utara. Ada dua pedagang perantara pada pemasaran kayu gergajian sengan. Kedua pedagang perantara tersebut berasal dari PK Lancar dan PK Cahaya Utama, dimana keduanya bekerja sama dengan seluruh *sawmill* rakyat yang ada di Kabupaten Lampung Utara. Kerjasama dilakukan untuk memenuhi kebutuhan akan kayu gergajian di tingkat pedagang perantara [12].

IV. KESIMPULAN

Saluran pemasaran pada PK Cahaya Utama dan PK Lancar di Lampung Utara, dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga saluran pemasaran kayu gergajian sengan pada PK Cahaya Utama terdapat tiga saluran pemasaran 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 PK Lancar (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. Lembaga pemasaran yang terlibat pada PK Cahaya Utama dan PK Lancar yaitu industri dan pedagang perantara.

Pendistribusian produk kayu gergajian sengan dapat menggunakan media internet sebagai sarana untuk mempercepat dan jangkauan yang lebih luas dalam pemasaran produk kayu gergajian berupa sengan, sehingga produsen dan konsumen hanya perlu memesan kayu gergajian kemudian mengantarnya menggunakan jasa pengiriman.

REFERENSI

- [1] Nuriati, N. K. Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Ikan Tongkol Hasil Tangkapan Nelayan Di Desa Seraya Timur Kecamatan Karangasem. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*

Undiksha. Vol. 10 No. 2, Mei 2019, hlm : 512 – 522.

[12] Salampessy, Y. E., Timisela, N. R., dan Apituley, M. T. N. Saluran Pemasaran Cabai Rawit Dan Bawang Merah Di Kota Ambon. *Jurnal Agribisnis Kepulauan*. Vol. 7 No. 3, Oktober 2019, hlm :255 – 264.

[3] Laksemi, N. P. S. T., Sulistyawati, E., dan Mulyaningrum. Perhutanan Sosial Berkelanjutan Di Provinsi Bali (Studi Kasus Di Hutan Desa Wanagiri). *Jurnal Sylva Lestari*. Vol. 7 No. 2, Mei 2019, hlm :150 – 163.

[4] Karimudin, Y. Pola Saluran Pemasaran Beras di Kecamatan Tanjung Lago, Kabupaten Banyuasin. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol. 17 No. 2, Oktober 2020, hlm :239 – 264.

[5] Koeswandi, T. A. L. dan Primasakara, E. A. Analisis Saluran Pemasaran Terintegrasi UMKM Badii Farm Purwakarta dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*. Vol. 11 No. 1, Maret 2020, hlm :75 – 80.

[6] Saputra, Y., Setiawan, I., dan Isyanto, A. Y. Analisis Saluran Pemasaran Opak Ketan (Studi Kasus Opak Ketan Anissa Di Kelurahan Kota Baru Kecamatan Cibeureum Kota Tasikmalaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*. Vol. 8 No. 1, Januari 2021, hlm : 224 – 231.

[7] Cahyanum, M. N., Tantawi, A. R., dan Siregar, R. S. *Analisis Saluran Pemasaran Okra (Abelmoschus esculentus L.) Di Kecamatan Medan Kota*. Paper Seminar. Medan. Hlm : 12.

[8] Sudana, I. W. Analisis Efisiensi Pemasaran Ikan Teri Segar Hasil Tangkapan Nelayan Di Desa Sanggalangit Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. Vol. 11 No. 2, September 2019, hlm : 637 – 648.

[9] Prasetya, A. Y., Qurniati, R., dan Herwanti, S. Saluran Dan Margin Pemasaran Durian Hasil Agroforestri Di Desa Sidodadi.

Jurnal Belantara. Vol. 3 No. 1, Maret 2020, hlm : 32 – 40.

[10] 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*. Vol. 2 No. 2, Agustus 2019, hlm : 76 – 83.

[11] Lbn, R. I., Syahbudin., dan Lubis, K. S. *Analisis Pola Saluran Pemasaran Komoditas Padi Di Kecamatan Secanggang Kabupaten Langkat*. Paper Seminar. Medan. Hlm : 10.

[12] Harahap, J., Sriyoto., dan Yuliarti, E. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Petani Salak Dalam Memilih Saluran Pemasaran. *Jurnal Agriseip Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. Vol. 17 No. 1, Maret 2018, hlm : 95 – 106.

[13] Butar, V. B., Duryat, dan Hilmanto, R. Strategi Pengembangan Hutan Rakyat di Desa Bandar dalam Kecamatan Sidomulyo Kabupaten Lampung Selatan. *Jurnal Sylva Lestari*. Vol. 7 No. 1, Januari 2019, hlm :110 – 117.

[14] Fauzan, H., Sulistyawati, S., dan Lastini, T. Strategi Pengelolaan untuk Pengembangan Hutan Rakyat di Kecamatan Rancakalong, Kabupaten Sumedang. *Jurnal Sylva Lestari*. Vol. 7 No. 2, Mei 2019, hlm :164 – 173.

[15] Anatika, E., Kaskoyo, H., Febryano, I. G., dan Banuwa, I. S. Pengelolaan Hutan Rakyat di Kabupaten Tulang Bawang Barat. *Jurnal Sylva Lestari*. Vol. 7 No. 1, Januari 2019, hlm :42 – 51.

[16] Utama, R. C., Febryano, I. G., Herwanti, S., 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*. Vol. 7 No. 2, Mei 2019, hlm :195 – 203.