

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KAYU BULAT
YANG BERASAL DARI HUTAN RAKYAT
DI KABUPATEN LANGKAT**

T E S I S

**Untuk Memperoleh Gelar Magister Manajemen Agribisnis (M.MA)
Pada Program Pascasarjana Universitas Medan Area**



Oleh :
RAMLEN SIRAIT
NPM. 071802032

**PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN AGRIBISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

2009

**UNIVERSITAS MEDAN AREA
PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN AGRIBISNIS**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Analisis Strategi Pemasaran Kayu Bulat yang berasal dari Hutan Rakyat di Kabupaten Langkat.

Nama : Ramlen Sirait.

NPM. : 071802032.

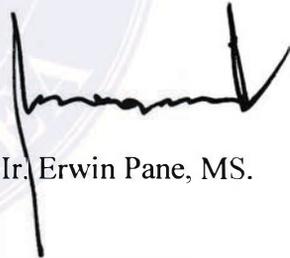
Menyetujui :

Pembimbing I ,



Dr.Ir. Edy Batara Mulya Siregar, MS.

Pembimbing II ,



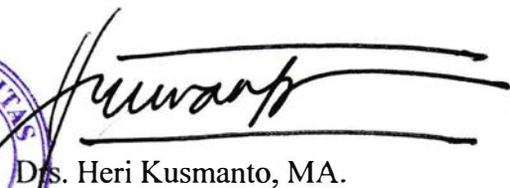
Ir. Erwin Pane, MS.

Ketua Program Studi
Magister Manajemen Agribisnis,



Dr.Ir. Edy Batara Mulya Siregar, MS.

Direktur,

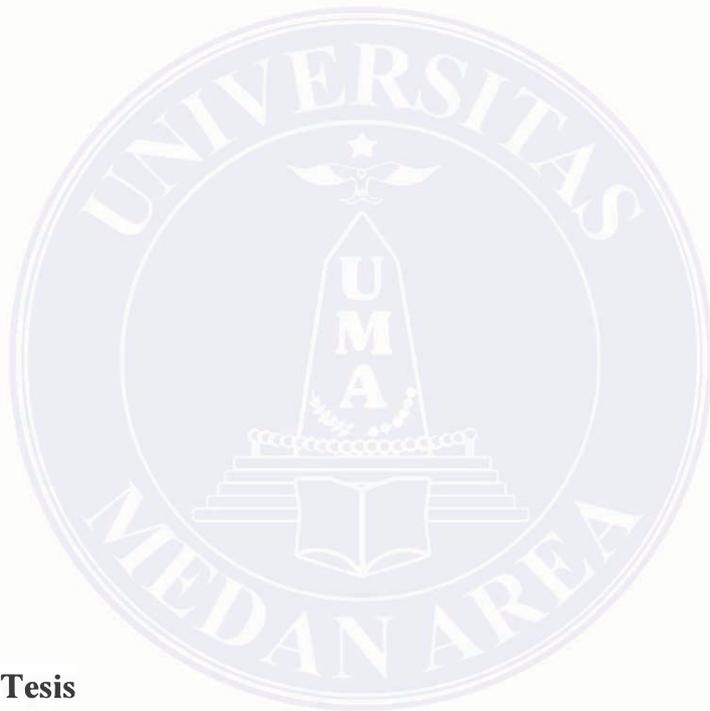


Drs. Heri Kusmanto, MA.

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 18 April 2009.

Nama : Ramlen Sirait.

NPM. : 071802032.



Panitia Penguji Tesis

Ketua : Ir. Abdul Rahman, MS.
Sekretaris : Drs. H. Miftahuddin, M.BA.
Penguji I : Dr. Ir. Edy Batara Mulya Siregar, MS.
Penguji II : Ir. Erwin Pane, MS.
Penguji Tamu : Prof. Dr. Ir. Hasnudi, MS.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Penulis Panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini guna menyempurnakan tugas-tugas dan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen Agribisnis pada program Pascasarjana Magister Manajemen Agribisnis Universitas Medan Area, Medan dengan judul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KAYU BULAT YANG BERASAL DARI HUTAN RAKYAT DI KABUPATEN LANGKAT”**.

Perkembangan pembangunan kehutanan menuntut untuk memperhatikan dan memperhitungkan keberadaan hutan rakyat, hal ini berkaitan dengan semakin terasanya kekurangan hasil kayu dari kawasan hutan negara, baik hasil kayu sebagai kayu pertukangan, kayu industri, maupun kayu bakar. Selain itu pembangunan hutan rakyat juga berfungsi untuk menanggulangi lahan kritis, konservasi lahan, perlindungan hutan, juga sebagai salah satu upaya pengentasan kemiskinan dengan memberdayakan masyarakat setempat.

Hutan rakyat atau hutan hak mulai meningkat perannya terlihat dari produk-produk kayu seperti Bayur, Durian, Jabon, Karet, Kemiri, Sengon, Suren, Sungkai dan lain-lain yang mulai banyak diminati oleh pasar. Kabupaten Langkat telah tumbuh menjadi kawasan pemasok kayu rakyat yang biasanya dikirim ke sentra – sentra Industri Primer Hasil Hutan Kayu (IPHHK) di wilayah Kabupaten Langkat, Kotamadya Binjai, Kabupaten Deli Serdang dan Kotamadya Medan.

Tujuan utama penelitian adalah untuk mendapatkan strategi yang tepat dalam rangka pemasaran kayu bulat hutan rakyat di wilayah Kabupaten Langkat.



Tersusunnya tesis ini merupakan sumbang saran dari berbagai pihak terutama peran aktif komisi pembimbing yang telah meluangkan waktu memberikan saran pemikiran, bimbingan dan dukungan kepada penulis, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Edy Batara Mulya Siregar, MS, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Agribisnis Pascasarjana Universitas Medan Area dan sekaligus sebagai Ketua Komisi Pembimbing.
2. Bapak Ir. Erwin Pane, MS, selaku Komisi Pembimbing
3. Rekan-rekan mahasiswa dalam Program Studi Pascasarjana Magister Manajemen Agribisnis Angkatan V Universitas Medan Area .
4. Keluarga yang banyak memberikan motivasi dan semangat kepada penulis, khususnya isteri tercinta R br. Situmorang, beserta anak-anak tersayang yang telah banyak memberikan dorongan moril, materil serta doa bagi penulis.
5. Disamping itu juga penulis mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu baik dalam studi maupun penyelesaian tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih sangat jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis membuka diri dan mengharapkan kritik serta saran yang sifatnya membangun dari semua pihak, agar tesis ini dapat disempurnakan.

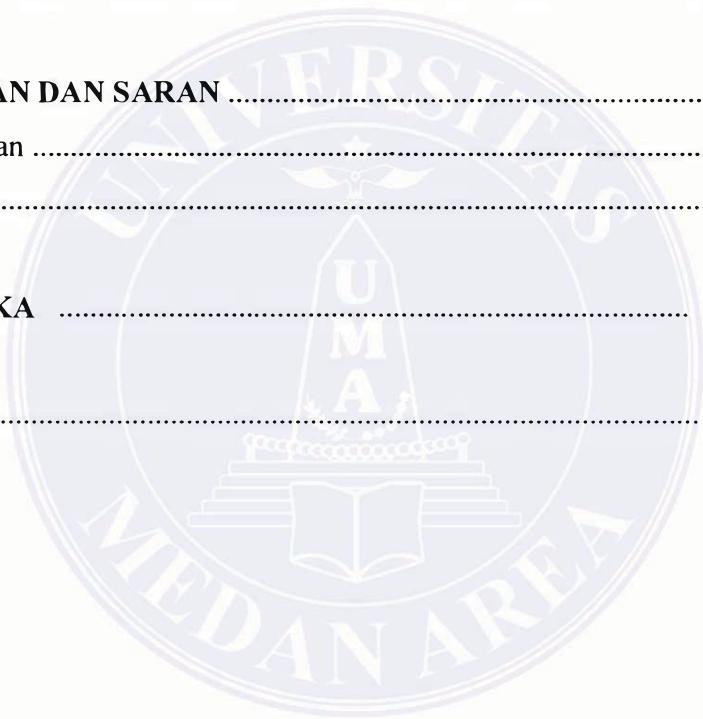
Medan, April 2009

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Sistem Agribisnis	8
2.2. Pengertian Hutan dan Kehutanan	10
2.3. Pengertian Hutan Rakyat	14
2.4. Makna Hutan Secara Konseptual	18
2.5. Industri Kayu	24
2.6. Prospek Industri Kayu	26
2.7. Aspek Pemasaran	27
2.8. Analisis SWOT	32
2.9. Kerangka Konseptual	33
III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	35
3.2. Metode Penelitian	35
3.3. Sumber Data	36
3.4. Teknik Pengumpulan Data	37
3.5. Pengumpulan dan Analisis Data	38
3.6. Batasan Operasional	43

IV. GAMBARAN UMUM KABUPATEN LANGKAT	45
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1. Strategi Penentuan Pemasaran Kayu Bulat Hutan Rakyat	49
5.1.1 Analisis SWOT	49
5.1.2 Pembobotan	51
5.1.3 Rating (Peringkat)	54
5.1.4 Matriks Faktor Strategi	57
5.1.5 Kuadran Faktor Internal dan Eksternal	59
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	68
6.1. Kesimpulan	68
6.2. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	73



I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Biaya bahan baku kayu menempati porsi 60-65% dari harga pokok penjualan (HPP) produk industri kayu. Tidak mengherankan apabila fluktuasi harga bahan baku yang tidak terkendali salah satunya sebagai akibat keterbatasan pasokan berpengaruh besar terhadap keberlangsungan usaha. Keterbatasan pasokan kayu dari hutan alam dan distribusinya yang kerap menjadi persoalan menyebabkan harganya menjadi tinggi, sehingga perlu mencari sumber pasokan alternatif seperti HTI, hutan hak/hutan rakyat dan kayu eks perkebunan.

Disadari bahwa konteks bahan baku lebih banyak dikaitkan dengan pasokan kayu dari hutan alam. Peran bahan baku dari hutan alam yang selama ini lebih mendominasi kebutuhan industri perlahan-lahan mulai beralih, karena beberapa tahun terakhir ini peran hutan tanaman atau secara khusus hutan hak/hutan rakyat mulai meningkat. Bahkan ke depan pasokan bahan baku dari hutan hak/hutan rakyat dapat menggantikan peran hutan alam.

Bukti bahwa hutan rakyat atau hutan hak mulai meningkat perannya terlihat dari produk-produk kayu seperti Bayur, Durian, Jabon, Karet, Kemiri, Sengon, Suren, Sungkai dan lain-lain yang mulai banyak diminati oleh pasar. Sebelumnya kita mengenal kayu hutan rakyat seperti Jati dan Mahoni yang sudah lebih dulu masuk ke pasar internasional. Sebut saja produk *plywood* telah menggunakan Sengon, Durian, Jabon, Bayur sebagai *core*, juga untuk *finger joint laminating board*, *barecore*, *engineering doors*, dan *packaging boxes*. Begitu pula Mahoni, Jati, Karet, dan Kelapa banyak digunakan untuk *flooring*, *furniture* dan *housing components*.

Peningkatan penggunaan bahan baku dari hutan rakyat terlihat dari data BRJK tahun 2004-2006 dimana persentase ekspor produk kayu olahan yang menggunakan bahan baku dari hutan rakyat berkisar antara 38-40%, berarti hampir separuh dari volume ekspor produk kehutanan telah menggunakan bahan baku dari sumber-sumber alternatif.

Pemerintah telah menerbitkan Peraturan Menteri Kehutanan Nomor P.33/Menhut-II/2007 yang merupakan perubahan kedua atas Peraturan Menteri Kehutanan Nomor P.51/Menhut-II/2006. Perubahan tersebut diharapkan dapat mendorong industri kehutanan memenuhi kebutuhan bahan baku dari hutan hak/hutan rakyat (substitusi dari hutan alam). Kenaikan permintaan terhadap kayu dari hutan rakyat tentu akan berdampak pada meningkatnya harga kayu di tingkat petani seperti yang terjadi saat ini, sehingga hal ini dapat menjadi insentif bagi petani untuk lebih banyak menanam pohon. Pemanfaatan hutan rakyat juga perlu mendapat informasi dan masukan yang benar mengenai pengelolaannya. Karena hutan rakyat tidak terlepas dari lingkungan dan ekosistem. Artinya hutan rakyat tetap perlu dikelola secara lestari, jangan sampai keterbatasan pasokan dari hutan alam menyebabkan pemanfaatan kayu dari hutan rakyat melebihi kemampuannya. Karena hutan rakyat adalah alternatif menjanjikan sebagai sumber pasokan bahan baku, maka pengembangannya perlu melibatkan partisipasi masyarakat yang lebih luas lagi.

Perkembangan pembangunan kehutanan menuntut untuk memperhatikan dan memperhitungkan keberadaan hutan rakyat, hal ini berkaitan dengan semakin terasanya kekurangan hasil kayu dari kawasan hutan negara, baik hasil kayu sebagai kayu pertukangan, kayu industri, maupun kayu bakar.

VII. DAFTAR PUSTAKA

- Arief, A., 2001. Hutan dan kehutanan. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Awang, S. A. dkk, 2001. Gurat Hutan Rakyat di Kapur Selatan. Pustaka Kehutanan Masyarakat. CV. Debut Press, Yogyakarta
- Bambang, 1995. Hutan dan Pembangunan Bidang Kehutanan. PT. Gramedia, Jakarta
- Craig, J.C. dan Robert M. Grant. 1993. Manajemen Strategi PT.Gramedia, Jakarta.
- Done, A. Usman. 2003. Karya ilmiah Sebuah Model Aplikasi Teknik Analisis Manajemen Metode Kuadran SWOT dan Analisis Multi Faktor. Medan.
- Downey, Davis and W. Erikson Steven. 1999. Manajemen Agribisnis Terjemahan Dandan S. Ruchirdayat Dandan, Alfonsius Sirait. Erlangga. Jakarta.
- Gultinan, P.Y. dan Paul W. Gordo. 1992. *Strategi dan Program Manajemen Pemasaran*. Alih bahasa : agus Maulana. Cetakan ke-2. Gelora Aksara Pratama, Jakarta.
- Handyaningrat, Soewarno. 1993. *Dasar-Dasar Organisasi Dalam Pembangunan Nasional*. Gunung Agung. Jakarta.
- Hardjosoediro (1980) Pemilihan Jenis Tanaman Reboisasi dan Penghijauan Hutan Alam dan Hutan Rakyat. Lokakarya Pemilihan Jenis Tanaman Reboisasi. Yayasan Pembina Fakultas Kehutanan UGM, Yogyakarta. Dalam : San Afri Awang, dkk, 2001. Gurat Hutan Rakyat di Kapur Selatan. Pustaka Kehutanan Masyarakat. CV. Debut Press, Yogyakarta
- Ichwandi, I., 1996. Nilai Ekonomi Sumberdaya Hutan dan Lingkungan. Fakultas Kehutanan IPB, Bogor.
- Jaffar, E. R., 1993. Pola Pengembangan Hutan Rakyat sebagai Upaya Peningkatan Luasan Hutan dan Peningkatan Pendapatan Masyarakat di Propinsi DIY. Makalah Pertemuan Persaki Propinsi DIY 17 Juli 1993, Yogyakarta. Dalam : San Afri Awang, dkk, 2001. Gurat Hutan Rakyat di Kapur Selatan. Pustaka Kehutanan Masyarakat. CV. Debut Press, Yogyakarta

- Jauch, L. R dan W. F. Glueck. 1999. *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*. Edisi Ketiga. Erlangga. Jakarta.
- Kartajaya, H. 1996. *Marketing Pius 2000, Siasat Memenangkan Persaingan Global*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kotler, P. 1994. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*. Jilid I, Edisi kelima. Erlangga. Jakarta.
- , 1998. *Pemasaran Keunggulan Bangsa*. PT. Prenhalindo. Jakarta.
- , 1999. *Marketing*. Jilid 1. Alih Bahasa : Herujati Purwoko. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. dan G. Amstrong. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran : Principilis of Marketing 7e*. jilid 2. alih bahasa : Alexander Sindoro. Prenhalindo Jakarta.
- Pardede, P.M. 2001. *Manajemen Strategik dan Kebijakan Perusahaan Teori Kebijakan dan Kasus*. Lembaga Bisnis dan Ekonomi Universitas Nommensen. Medan.
- Rangkuti, F. 1997. *Analisis SWOT, Teknik Membedah Kasus Bisnis* PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Saragih, B. 1993. *Agro industri suaktu sektor yang memimpin dalam PJPT II*.
- Simon, H., 1995. *Hutan Jati dan Kemakmuran*. Aditya Media, Yogyakarta. Dalam : San Afri Awang, dkk, 2001. *Gurat Hutan Rakyat di Kapur Selatan*. Pustaka Kehutanan Masyarakat. CV. Debut Press, Yogyakarta
- Simon, H., 2004. *Membangun Desa Hutan : Kasus Dusun Sambiroto*. UGM Press, Yogyakarta
- Soekartawi, 1998. *Menoleh kembali Sektor Pertanian*. PT. Raj Grafindo Persada, Jakarta.

- , 2003. *Agribisnis, Teori & Aplikasinya*. PT. Raja Grafindo persada, Jakarta
- Sumardjo, J. Sulaksana dan W. A. Darmono, 2004. *Teori dan Praktik Kemitraan Agribisnis*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Soemarwoto, O. dkk. 1992. *Melestarikan Hutan Tropika : Permasalahan, Manfaat, dan Kebijakannya*. Yayasan Obor Indonesia, Jakarta
- Swastha, B. 1996. *Azas-Azas Marketing*. Edisi 3. Liberty, Yogyakarta. Tjiptono, Fandy, 1997. *Strategi Pemasaran*. ANDI. Yogyakarta.
- Utama, W.H., 2004. *Penelitian Penilaian Ekonomi Hasil Hutan Non Kayu oleh Masyarakat Desa Sekitar Hutan di Kawasan Ekosistem Leuser*. USU, Medan
- Zain, A.S., 1996. *Hukum Lingkungan Konservasi Hutan dan Segi-Segi Pidana*. PT. Rineka Cipta, Jakarta
- Zain, A.S., 1998. *Aspek Pembinaan Kawasan Hutan dan Stratifikasi Hutan Rakyat*. PT. Rineka Cipta, Jakarta

Lampiran 1 : Daftar Pertanyaan Riset

Dalam menyusun formulasi strategi yang dapat menggambarkan kondisi sebenarnya dari pemasaran kayu bulat di Kabupaten Langkat dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Masing-masing unsur diberi bobot sesuai perannya masing-masing. Pembobotan diberikan dengan nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) dengan kriteria sebagai berikut :

- 1 = Sangat baik
- 2 = Baik
- 3 = Cukup
- 4 = Buruk
- 5 = Sangat Buruk

Uraian	Bobot				
Kekuatan					
1. Posisi Strategis Kabupaten Langkat	1	2	3	4	5
2. Jumlah petani hutan rakyat cukup tersedia	1	2	3	4	5
3. Pengalaman dalam mengelola hutan rakyat	1	2	3	4	5
4. Lahan hutan rakyat cukup memadai	1	2	3	4	5
5. Perhatian pemerintah dalam upaya Pengembangan hutan rakyat cukup tinggi	1	2	3	4	5
6. Adanya tenaga penyuluh kehutanan	1	2	3	4	5
Kelemahan					
1. Petani tidak memperoleh informasi tentang kondisi harga pasar lokal maupun regional tentang kayu bulat	1	2	3	4	5
2. Petani tidak memahami mekanisme pemasaran kayu bulat sampai ke industri	1	2	3	4	5
3. Belum optimalnya kelembagaan petani	1	2	3	4	5
4. Harga jual yang berfluktuasi dan dipengaruhi oleh dominasi industri kayu	1	2	3	4	5
5. Belum intensifnya penyuluhan terhadap hutan rakyat	1	2	3	4	5
6. Petani belum memahami aspek pemanenan yang baik	1	2	3	4	5

Peluang					
1. Dimulainya pelaksanaan otonomi daerah	1	2	3	4	5
2. Pasar kayu bulat yang cukup besar dan potensial	1	2	3	4	5
3. Harga kayu bulat yang terus meningkat	1	2	3	4	5
4. Keanekaragaman jenis kayu hutan rakyat	1	2	3	4	5
5. Potensi hutan rakyat yang cukup besar	1	2	3	4	5
6. Kebijakan sektor kehutanan terhadap pengembangan hutan rakyat	1	2	3	4	5
Ancaman					
1. Masih adanya perbedaan persepsi tentang hutan rakyat dan teknis pengelolaannya.	1	2	3	4	5
2. Instabilitas politik dan perekonomian	1	2	3	4	5
3. Kemitraan yang belum terbentuk antara industri berbahan baku kayu dengan petani hutan rakyat	1	2	3	4	5
4. Kreativitas dan pengetahuan teknologi petani yang masih rendah	1	2	3	4	5
5. Belum ada ketertarikan investasi dan pemberian modal (kredit modal)	1	2	3	4	5
6. Motivasi petani hutan rakyat yang rendah	1	2	3	4	5

Lampiran 2 : Pemberian Rating Atas Peranannya Dengan Pemasaran Kayu Bulat Rakyat di Kabupaten Langkat.

Rating mempunyai nilai 1 (satu) sampai 4 (empat). Untuk pemberian rating kekuatan dan peluang mempunyai nilai positif (+) artinya semakin besar kekuatan/peluangnya nilainya 4 dan sebaliknya. Nilai kriteria adalah sebagai berikut :

- 1 = Baik Sekali
- 2 = Baik
- 3 = Sedang
- 4 = Kurang
- 5

Uraian	Rating			
Kekuatan				
1. Posisi Strategis Kabupaten Langkat	1	2	3	4
2. Jumlah petani hutan rakyat cukup tersedia	1	2	3	4
3. Pengalaman dalam mengelola hutan rakyat	1	2	3	4
4. Lahan hutan rakyat cukup memadai	1	2	3	4
5. Perhatian pemerintah dalam upaya Pengembangan hutan rakyat cukup tinggi	1	2	3	4
6. Adanya tenaga penyuluh kehutanan	1	2	3	4
Kelemahan				
3.2.1.1.Petani tidak memperoleh informasi tentang kondisi harga pasar lokal maupun regional tentang kayu bulat	1	2	3	4
3.2.1.2.Petani tidak memahami mekanisme pemasaran kayu bulat sampai ke industri kayu	1	2	3	4
3.2.1.3.Belum optimalnya kelembagaan petani	1	2	3	4
3.2.1.4.Harga jual yang berfluktuasi dan dipengaruhi oleh dominasi industri kayu	1	2	3	4
5. Belum intensifnya penyuluhan terhadap hutan rakyat	1	2	3	4
6. Petani belum memahami aspek pemanenan yang baik	1	2	3	4

Peluang				
1. Dimulainya pelaksanaan otonomi daerah	1	2	3	4
2. Pasar kayu bulat yang cukup besar dan potensial	1	2	3	4
3. Harga kayu bulat yang terus meningkat	1	2	3	4
4. Keanekaragaman jenis kayu hutan rakyat	1	2	3	4
3.2.1.5. Potensi hutan rakyat yang cukup besar	1	2	3	4
3.2.1.6. Kebijakan sektor kehutanan terhadap pengembangan hutan rakyat	1	2	3	4
Ancaman				
1. Masih adanya perbedaan persepsi tentang hutan rakyat dan teknis pengelolaannya.	1	2	3	4
2. Instabilitas politik dan perekonomian	1	2	3	4
3. Kemitraan yang belum terbentuk antara industri berbahan baku kayu dengan petani hutan rakyat	1	2	3	4
4. Kreativitas dan pengetahuan teknologi petani yang masih rendah	1	2	3	4
5. Belum ada ketertarikan investasi dan pemberian modal (kredit modal)	1	2	3	4
6. Motivasi petani hutan rakyat yang rendah	1	2	3	4