

ANALISIS TATANIAGA KAYU KEBUN CAMPURAN DI DESA KARACAK KECAMATAN LEUWILIANG KABUPATEN BOGOR
Analysis Trading System of Wood Mixed Gardenin Karacak Sub District Leuwiliang Bogor

¹Rozalina, S.Hut, M.Si

¹Dosen Program Studi Kehutanan Fakultas Pertanian Universitas Simalungun

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa sistem tataniaga kayu kebun campuran Desa Karacak. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Karacak, Bogor pada bulan Januari-Februari 2011 dengan metode survei dan wawancara mendalam. Diperoleh dua saluran pemasaran yaitu : (1) margin pemasaran di tingkat petani hanya sebesar 7,46% sementara margin pemasaran di tingkat industri sebesar 72%; (2) margin pada tingkat petani sebesar 20% dan industri 80%. Nilai rata-rata efisiensi pemasaran kayu rakyat yang berasal dari kebun campuran Karacak sebesar 47,09%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sistem tataniaga yang ada di Desa Karacak tidak efisien.

Kata Kunci : Kebun Campuran, Agroforestri, Sistem Tataniaga

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kebun campuran yang terdapat pada Desa Karacak Kecamatan Leuwiliang merupakan salah satu model *agroforestry*, dimana masyarakat desa Karacak tersebut menerapkan pola pertanaman berupa kombinasi tanaman pertanian dan tanaman kehutanan. Dengan menerapkan pola pertanaman tersebut petani akan memperoleh keuntungan yaitu meminimumkan resiko kegagalan terhadap satu jenis yang diusahakan sehingga jenis lain masih bisa diharapkan dapat menghasilkan.

Hal tersebut di atas sejalan dengan hasil penelitian Suharjit *et al* (2000), produktivitas kebun karet di Jambi cukup tinggi dengan hasil yang beragam. Dibandingkan dengan kebun karet monokultur, *agroforestry* memberikan hasil lain yang cukup tinggi berupa kayu-kayuan, buah-buahan serta binatang buruan. Keberadaan semak belukar pada kebun karet dianggap sebagai input yang tidak dibeli, untuk menekan pertumbuhan alang-alang yang merupakan pesaing berat pohon karet.

Jauh sebelum ujicoba tersebut, model *agroforestry* telah dilakukan oleh masyarakat sejak dahulu yakni berupa praktek-praktek pengelolaan sumberdaya hutan oleh masyarakat yang dikenal dengan berbagai istilah: hutan rakyat, hutan desa, wanatani, kebun hutan; atau yang menggunakan istilah daerah seperti *mamar* di Nusa Tenggara Timur, *lembo* di Kalimantan Timur, *tembawang* di Kalimantan Barat, *repong* di Lampung, *dantombak* di Tapanuli Utara telah berpuh-puluh tahun bertahan (Suharjito *et al.* 2000).

Demikian juga dengan model *agroforestry* berupa kebun campuran yang terdapat pada desa Karacak Kecamatan Leuwiliang. Kebun campuran ini menjadi andalan dalam kehidupan sehari-hari bagi petani mulai dari tanaman semusim hingga tanaman kayu. Namun, pada saat ini terjadi perkembangan permintaan bahan baku industri perkayuan berupa kayu rakyat. Sehingga permintaan pemenuhan bahan baku kayu industri berasal dari kebun campuran semakin

meningkat. Menurut Hardjanto (2003), akibat semakin luasnya pasar produk barang jadi maupun setengah jadi, ternyata merangsang tumbuhnya industri-industri kecil pada wilayah-wilayah produksi kayu rakyat (sengon) di wilayah Bogor.

Berdasarkan data UPT Peredaran Hasil Pertanian dan Kehutanan Jawa Barat (2007), terdapat lima belas industri perkayuan skala rumah tangga di sepanjang jalan desa, yang bernama Jalan Karacak, yang menghubungkan Karacak dan desa-desa lainnya dengan pusat Kecamatan Leuwiliang. Pasokan kayu untuk kebutuhan produksi industri-industri ini berasal dari kebun-kebun campuran yang berada di Karacak dan desa sekitarnya. Sehingga hal ini menarik bagi peneliti untuk menganalisis tataniaga kayuyang berasal dari kebun campuran Karacak.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada lahan *agroforestry* sebagai unit analisis yang terdapat di Desa Karacak yang secara administrasi berada di Kec. Leuwiliang Kabupaten Bogor.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan data primer, yaitu data yang diperoleh dengan cara menggunakan wawancara mendalam secara bebas.
2. Pengumpulan data sekunder yang berupa laporan dan publikasi ilmiah dari berbagai instansi pemerintah, industri, BPS, lembaga penelitian, dan perguruan tinggi.

Metode Analisis Data

Analisis Lembaga Tataniagaan dan Saluran Tataniaga

Analisis ini ditujukan untuk mengidentifikasi lembaga-lembaga dan saluran tataniaga yang digunakan dalam pemasaran kayu sengon. Identifikasi tersebut meliputi identitas, fungsi, dan tata cara lembaga-lembaga tersebut dalam rangka memasarkan kayu sengon sampai pada konsumen akhir. Data lapangan yang diperoleh ditabulasi, kemudian dianalisis secara deskriptif untuk melihat hasil pemantauan saluran tataniaga/peredaran kayu rakyat yang berasal dari kebun campuran Karacak.

Analisis Struktur Pasar dan Prilaku Pasar

Analisis struktur pasar ditujukan untuk mengetahui kondisi persaingan di antara produsen dan konsumen kayu yang terdapat di Karacak. Parameter yang digunakan untuk analisis pasar, yaitu: (1) jumlah lembaga pemasaran dalam suatu pasar, (2) distribusi lembaga pemasaran dalam berbagai ukuran dan konsentrasi, (3) jenis-jenis produk yang dipasarkan.

Prilaku pasar kayu dapat dianalisis dengan mengamati praktek penjualan dan pembelian, sistem penentuan dan pembayaran harga, kerjasama antara lembaga pemasaran serta praktek-praktek lainnya.

Analisis Marjin dan Efisiensi Tataniaga

Indikator marjin pemasaran dalam sistem tataniaga tujuannya adalah untuk mengetahui alokasi distribusi biaya yang diterima oleh lembaga pemasaran pada sistem tataniaga yang sedang berjalan. Secara sistematis formula umum marjin pemasaran dirumuskan sebagai berikut :

$$Mp = Pr - Pf$$

dimana :

Mp = marjin pemasaran

Pr = harga tingkat konsumen

Pf = harga tingkat produsen

Penyebaran marjin tataniaga kayu sengon dapat juga dilihat berdasarkan persentase keuntungan terhadap biaya tataniaga pada masing-masing lembaga tataniaga. Perhitungan dilakukan dengan mempergunakan rumus :

$$\text{Rasio Biaya-Keuntungan (\%)} = \pi_i \times 100\% \frac{B_i}{\dots}$$

Keterangan :

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

B_i = Biaya tataniaga lembaga ke-i (Rp/m³)

Shepherd (1962) dalam Soekartawi (2002) menyatakan bahwa efisiensi pemasaran adalah nisbah antara total biaya dengan total nilai produk yang dipasarkan, yang dirumuskan sebagai berikut :

$$Ep = (TB/TNP) \times 100\%$$

Di mana :

Ep = efisiensi pemasaran

TB = total biaya

TNP = total nilai produk

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keadaan Industri Perkayuan

Salah satu hal yang mendasari keberlanjutan penanaman tanaman jenis kayu sengon dan kayu afrika di kebun campuran saat ini adalah pemasaran kayu yang mudah bagi petani. Hal ini disebabkan oleh banyaknya industri penggergajian kayu di desa Karacak dan di sekitar perbatasan desa Karacak. Keterangan lebih lanjut mengenai industri yang ada di Desa Karacak dan sekitarnya dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Jenis Industri yang Terdapat di Desa Karacak dan Sekitarnya

No	Nama Industri	Jenis Industri	Lama Berdiri (tahun)	Lokasi	Jumlah Karyawan (orang)
1	Harapan Jaya	Penggergajian/ Mebel	4	Karacak	6
2	-	Penggergajian	1	Karyasari	8
3	Dian Surya Gemilang	Penggergajian	4	Karacak	30
4	Karya Jaya	Penggergajian	7	Barengkok	14
5	Tridaya	Penggergajian	1.5	Barengkok	10

Jenis industri yang ada di Desa Karacak dan sekitarnya adalah jenis perindustrian penggergajian. Hal ini disebabkan penggergajian merupakan kegiatan yang sangat sederhana dalam kegiatan konversi kayu. Berbeda bila dibandingkan dengan pengerjaan mebel meskipun membutuhkan modal yang sangat besar dan keahlian khusus dalam menggergaji. Di samping itu, banyaknya jumlah industri penggergajian di desa Karacak dan sekitarnya disebabkan lokasi yang cukup strategis yaitu berada di dataran rendah, akses menuju lokasi cukup mudah dengan sarana jalan yang beraspal dengan sarana angkutan yang lancar sehingga pemasaran produksi kayu juga menjadi mudah.



Gambar1 Industri penggergajian kayu rakyatdi desa Karacak

Tataniaga Kayu Kebun Campuran Karacak Pelaku dan Saluran Tataniaga Kayu

Pelaku tataniaga

Pelaku tataniaga/pemasaran kayu di desa Karacak terdiri dari petani kebun campuran, pedagang pengumpul dan industri penggergajian kayu.

1. Petani Kebun Campuran

Umumnya petani kebun campuran merupakan pekerjaan utama di Desa Karacak sehingga dalam kegiatan pengusaha kebun campuran petani melakukannya sendiri tanpa mengupahkannya kepada orang lain. Penjualan kayu yang dilakukan oleh petani pada umumnya adalah jenis sengon (*Paraserianthes falcataria*) dalam bentuk pohon berdiri. Hal ini dinilai sangat praktis oleh petani karena mulai dari penebangan hingga pengangkutan termasuk seluruh biayanya ditanggung oleh pembeli yakni pedagang pengumpul sehingga petani dalam posisi lemah dalam menentukan harga.

2. Pedagang Pengumpul

Pedagang pengumpul yang ditemui di lokasi penelitian terdiri dari 5 orang. Kayu yang dipasarkan dalam bentuk kayu bulat (log), hal ini disebabkan karena hanya sedikit pedagang pengumpul yang memiliki keahlian untuk mengolah kayu log menjadi kayu gergajian dan adanya keterbatasan modal yang dimiliki. Dalam pemasarannya, pedagang pengumpul menjual kayu dari kebun campuran ke *saw mill* (industri penggergajian). Pedagang pengumpul yang memiliki wilayah kerja sempit (lingkup desa) memiliki konsumen yang berlokasi di sekitar wilayah penelitian.

3. Industri Penggergajian (*sawmill*)

Industri yang dimaksud adalah industri pengolahan kayu rakyat. Industri pengolahan kayu rakyat yang ada di desa Karacak adalah industri penggergajian yang memproduksi palet dan papan. Namun, untuk produk papan material ini jarang diproduksi karena bahan bakunya yang berasal dari tanaman buah-buahan yang jarang dijual oleh petani.

Jumlah industri yang menggunakan kayu dari kebun campuran Karacak berjumlah 4 industri, namun data satu industri tidak diperoleh. Kapasitas produksi industri yang terbesar adalah industri DSG mencapai 16.000 m³ per bulan untuk memenuhi target produksi, namun frekuensi pembelian kayu hanya sebesar 150 m³. Sehingga industri DSG lebih mencari kayu di luar desa dan luar kecamatan. Industri KJ memperoleh kiriman kayunya secara intensif dari tengkulak Karacak sebesar 8 m³ per hari namun realisasi produknya hanya 1,36 m³ setiap harinya. Hal ini mungkin disebabkan oleh kurang terampilnya tenaga kerja dalam mengolah kayu tersebut menjadi sebuah produk. Industri yang ketiga memiliki kapasitas produksi 50 m³ per bulan sedangkan frekuensi pembelian kayu sebesar 40 m³ per bulan.

Saluran Tataniaga Kayu

Saluran tataniaga kayu rakyat menggambarkan proses pendistribusian kayu dari petani di lahan milik sebagai produsen kayu sampai ke konsumen. Konsumen pada saluran tataniaga kayu dari petani masyarakat rumah tangga, pedagang dan industri. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Effendi (2008) mengenai kajian tataniaga kayu rakyat di Jawa Bagian Barat, permasalahan sistem tataniaga yang dihadapi petani kayu rakyat secara teoritis tidak ada, sebagian petani menjual hasil produksinya pada lembaga pemasaran tertentu.

Analisis Struktur Pasar dan Prilaku Pasar

Struktur Pasar

Secara umum, struktur pasar yang terjadi lebih menunjukkan struktur produsen dan pedagang kayu berada dalam bentuk pasar oligopsoni, dimana pihak petani mempunyai kekuatan yang lebih lemah dalam pembentukan hasil produksi yang dipasarkan.

Prilaku Pasar

Sistem pembayaran yang dilakukan oleh pedagang pengumpul/tengkulak pada saat membeli pohon sengon adalah dengan cara tunai dan hutang. Kedudukan tawar-menawar petani lemah terutama dalam penentuan harga yang mensyaratkan kualitas pohon yang baik. Jadi petani hanya mengikuti harga yang secara umum berlaku dan ditetapkan oleh pedagang pengumpul.

Analisis Marjindan Efisiensi Tataniaga

Sebaran rata-rata marjin dan efisiensi pemasaran kayu rakyat pada saluran pemasaran 1 disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4 Marjin dan Efisiensi Saluran Pemasaran

Saluran Pemasaran	Pelaku Pemasaran							Total Marjin (%)	Total K/B
	Petani (%)	Tengkulak (%)			Industri (%)				
	Farmer Share	Biaya	π	Marjin	Biaya	π	Marjin		
1	7,46	16,9	3,64	20,54	36,19	35,81	72	100	0,74
2	20	-	-	-	64	16	80	100	0,25

Berdasarkan data di atas saluran 2 lebih baik bila dibandingkan saluran pemasaran 1. Hal ini sejalan dengan penelitian pemasaran kayu jati rakyat di Kabupaten Lampung Timur oleh Ulya *et.al* (2007), bahwa distribusi marjin pemasaran kayu jati pada tiap tingkatan tidak merata dan keuntungan tertinggi dinikmati oleh industri. Penyebaran marjin yang tidak merata juga mengindikasikan penguasaan informasi pasar yang tidak seimbang di antara pelaku pemasaran.

Tabel 5 Nilai Biaya, Nilai Produk dan Efisiensi Pemasaran Kayu

Saluran Pemasaran	Total Nilai Biaya (Rp)	Total Nilai Produk (Rp)	Efisiensi Pemasaran (%)
	1	2	(1)/(2)
	1	557.500	1.422.300
2	960.000	1.800.000	53,33
Rata-rata	758.750	1.611.150	47,09

Nilai rata-rata efisiensi pemasaran kayu rakyat yang berasal dari kebun campuran Karacak sebesar 47,09%, berarti dalam setiap Rp. 100 nilai yang dibayarkan konsumen untuk pembelian kayu Rp. 47,09 merupakan biaya pemasaran. Hal ini mencerminkan bahwa pemasaran kayu rakyat kebun campuran Karacak tidak efisien. Karena lebih dari 30% nilai yang dibayar oleh konsumen merupakan biaya pemasaran.

Pengukuran efisiensi tataniaga dilakukan dengan konsep marjin pemasaran dapat dilihat dari beberapa sudut pandang. Pada sisi petani, pemasaran dikatakan efisien bila dapat memberikan tingkat harga yang relatif tinggi. Berdasarkan penelitian Effendi (2008), sistem pemasaran kayu sengon dengan saluran pemasaran petani ke konsumen akhir lebih efisien daripada saluran-saluran pemasaran lainnya sebab petani menjual kayu sudah dalam bentuk kayu gergajian yang harga jualnya di pasar lebih tinggi daripada bentuk kayu bulat dan pohon berdiri. Menurut Hakim *et. al* (2009), dengan adanya perbedaan saluran dan panjang pendeknya saluran pemasaran ini akan mempengaruhi tingkat harga, bagian keuntungan dan biaya serta margin pemasaran yang diterima setiap pelaku pemasaran kayu sengon.

Ditinjau dari sudut pandang lembaga pemasaran, menunjukkan bahwa keuntungan relatif rendah dan biaya pemasaran relatif tinggi dengan angka sebesar 0,74 pada saluran pemasaran 1 dan 0,25 pada saluran pemasaran 2 sehingga kedua saluran pemasaran ini dapat dikatakan tidak efisien.

Secara umum dapat dikatakan bahwa penyebab kurang efisien ini terletak pada marjin pemasaran dan keuntungan yang tinggi pada tingkat industri. Hal ini

berawal dari rendahnya pengetahuan petani akan pemasaran kayu, kebutuhan mendesak dalam menjual kayunya dan besarnya peranan pedagang pengumpul/tengkulak dalam pemasaran.

Menurut Ulya (2007), efisiensi pemasaran dapat ditingkatkan dengan meningkatkan pengetahuan petani akan teknik budidaya, kondisi pasar, spesifikasi jenis dan kualitas dan ukuran kayu yang akan dibutuhkan oleh pasar. Menurut idealnya, petani pun harus mampu menjangkau seluruh konsumen tanpa harus ada perantara.

Permasalahan Saluran Tataniaga Kayu Karacak

Beberapa masalah yang dihadapi oleh petani dan pelaku pasar dalam pemasaran kayu rakyat di Desa Karacak diantaranya adalah :

1. Masih rendahnya pengetahuan petani tentang tata cara bertani atau berkebun kayu sengon (budidaya, pemanenan, penanganan pasca panen) yang baik sehingga produksi kayu umumnya masih sedikit untuk setiap kebunnya.
2. Terbatasnya akses informasi pasar oleh petani, mereka hanya mengetahui dari sesama petani atau tengkulak atau hanya menunggu pembeli datang ke kebun.
3. Sebagian besar petani tidak mengetahui secara pasti spesifikasi ukuran, jenis dan kualitas kayu yang dibutuhkan pasar, sehingga mereka umumnya menjual kayu dalam bentuk pohon berdiri.
4. Kualitas dan jumlah kayu yang dipanen masih rendah, karena konsumen seperti tengkulak memanen sebelum usia kayu siap panen hal ini karena kebutuhan keuangan yang mendesak dari petani.
5. Petani tidak memiliki kelompok kerja antara sesama petani atau dengan pelaku tataniaga lainnya sebagai tempat untuk bertukar pengalaman mengenai budidaya, pemasaran, dll.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Secara keseluruhan dari hasil penelitian ini, ada beberapa hal yang dapat dijadikan kesimpulan adalah sistem tataniaga yang terdapat pada desa Karacak memiliki dua saluran pemasaran kayu rakyat dan kedua saluran pemasaran ini tidak efisien.

Saran

Untuk memperbaiki tataniaga kayu Karacak, maka disarankan hal-hal berikut ini:

1. Sebaiknya petani menerapkan sistem tebang pilih dan standarisasi dalam memanen dan memasarkan produk kayunya agar dapat meningkatkan harga jual dan pendapatan petani.
2. Perlu adanya peran pemerintah dalam pengadaan tenaga penyuluh bidang kehutanan, penyaluran bantuan kredit untuk mengurangi desakan kebutuhan petani dan penyaluran bantuan bibit tanaman kayu.
3. Segera melakukan penanaman kembali setelah dilakukan penebangan tanaman kayu.

DAFTAR PUSTAKA

- Butarbutar T. 2009. Potensi Kontribusi Sektor Kehutanan terhadap Ketahanan Pangan Nasional Melalui Pengembangan Agroforestry. *Analisis Kebijakan Kehutanan* 6:169-178
- Effendi R. 2008. Kajian Tataniaga Kayu Rakyat di Jawa Bagian Barat. *Prosiding Pengembangan Hutan Rakyat Mendukung Kelestarian Produksi Kayu Rakyat* Vol. 8 No. 2:109-127
- Hakim I. Indartik. Elvida YS. 2009. Analisis Tataniaga dan Pasar Kayu Sengon di Kabupaten Wonosobo dan Kabupaten Temanggung Jawa Tengah (Marketing Analysis of Sengon Wood in Wonosobo and Temanggung Districts, Central Java). *Jurnal Penelitian Sosial dan Ekonomi Kehutanan* Vol. 6 No. 2:99-115
- Hardjanto. 2003. Keragaan dan Pengembangan Usaha Kayu Hutan Rakyat di Pulau Jawa [Disertasi]. Bogor: Program Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor
- Soekartawi. 2002. Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian, Teori dan Aplikasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Suharjito D. Azis K. Wibowo AD. Martua TS. Santi E. 2000. Karakteristik Pengelolaan Hutan Berbasis Masyarakat. Yogyakarta: Aditya Media
- Triyono P. 2000. Perkembangan Posisi Tawar Petani dalam Pemasaran Damar Mata Kucing di Lampung. *Jurnal Sosial Ekonomi* Vol. 1 No.1:1-15
- Ulya NA. Edwin M. Bambang TP. Andi N. 2007. Kajian Pemasaran Kayu Jati Rakyat di Kabupaten Lampung Timur. *Info Sosial Ekonomi* Vol. 7 No. 4:211-221
- [UPT] Unit Pelaksana Teknis Peredaran Hasil Pertanian dan Kehutanan Jawa Barat. 2007. Data Industri Primer Hasil Hutan Kayu Kecamatan Leuwiliang. Leuwiliang: UPT Kabupaten Bogor.