



ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP PEMBENTUKAN HARGA JADI  
LELANG KAYU BUNДАР JATI  
PADA LELANG BESAR JATI DI PERUM PERHUTANI UNIT II JAWA TIMUR

Ananda Artono, Dr.Ir. Sofyan P. Warsito

**Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Pembentukan Harga Jadi Lelang  
Kayu Bundar Jati pada Lelang Besar Jati di Perum Perhutani Unit II Jawa Timur.**

***Analysis of The Influential Factors to The Establishment of The Fixed Price  
of Teak Log Auction at The Grand Jati Auction at Perum Perhutani Unit II East Java***

**Ananda Artono<sup>1</sup>, Sofyan P. Warsito<sup>2</sup>, Slamet Hartono<sup>3</sup>**

### ***Intisari***

Lelang besar kayu bundar jati merupakan salah satu strategi pemasaran yang dilakukan oleh Perum Perhutani untuk mendapatkan harga jual yang benar. Melalui proses tawar menawar antara produsen (penjual) dengan konsumen (pembeli) didalam lelang yang dilakukan secara terbuka dan adil, diharapkan akan terbentuk harga jadi lelang yang tinggi yang akan memberi keuntungan bagi produsen.

Analisis data terhadap hasil pengamatan lelang besar kayu jati yang dilakukan di Perum Perhutani Unit II Jawa Timur pada bulan Agustus dan September 2000 diperoleh informasi bahwa faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pembentukan harga jadi lelang kayu bundar jati meliputi : 1) faktor-faktor yang berpengaruh untuk seluruh ukuran dan mutu yang dilelang : a) harga jual dasar ; b) harga eceran di beberapa sentra industri kayu jati; c) jumlah peminat yang melakukan penawaran dan d) kebijakan produsen didalam alokasi penawaran kayu. 2) faktor-faktor yang pengaruhnya signifikan hanya pada beberapa ukuran kayu : a) pengaturan volume per kapling ; b) pengaturan ukuran kelas panjang dan kelas diameter yang seragam dalam satu kapling.

Perkembangan harga eceran (elastisitas 0,6 – 1,0%) lebih berpengaruh di dalam pembentukan harga jadi lelang dibandingkan dengan pengaruh harga jual dasar dengan elastisitas antara 0,2 – 0,6%. Konsumen didalam melakukan penawaran lebih memperhatikan perubahan harga eceran yang terjadi, dimana harga eceran mencerminkan permintaan barang jadi terbuat dari jati seperti : meubel ukir jati maupun produk garden furniture jati baik di dalam negeri maupun ekspor.

Pengaturan komposisi mutu dan ukuran panjang serta diameter kayu pada satu kapling yang ditawarkan merupakan kewenangan Perhutani selaku monopoli pemasaran jati. Ukuran dan mutu yang sesuai dengan pasar atau sesuai spesifikasi industri akan direspon dengan meningkatnya jumlah peminat per kapling yang pada akhirnya akan meningkatkan harga jadi lelang. Untuk itu informasi pasar sangat dibutuhkan dalam upaya menyediakan produk yang diinginkan pasar (differentiated marketing strategy)

1. Perum Perhutani Jakarta
2. Fakultas Kehutanan Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta
3. Fakultas Pertanian Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta



***Analysis of The Influential Factors to The Establishment of The Fixed Price  
of Jati Log Auction at The Grand Jati Auction at Perum Perhutani Unit II East Java***

**Ananda Artono<sup>1</sup>, Sofyan P. Warsito<sup>2</sup>, Slamet Hartono<sup>3</sup>**  
**Program Studi Ilmu Kehutanan**  
**Program Pasca Sarjana Universitas Gadjah Mada**

**Abstract**

Grand auction of Jati log is one of marketing strategy done by Perum Perhutani in order to have a reasonable selling price. By dealing between producer and consumers in an open and fair auction, a high auction fixed price which makes a profit to the producer is expected to be formed..

The data analysis of the grand auction observation of Jati Timber done by Perum Perhutani Unit II East Java on August and September 2000 it is informed that the influential factors to the establishment of fixed price of auction Jati log are as follows : 1) influential factors to the auctioned whole size and quality: a) basic of selling price, b) retailing price at some centrals of Jati timber industry , c) amount of the interested persons doing bargaining and d) producer policy in log bargaining allocation. 2) factors influenced significantly to some timber size only: a) arrangement of volume in one lot, b) arrangement of length class size and uniformed diameter class in one lot.

A progress of retailing price (elasticity 0,6 – 1,0% ) more influences in the establishment of auction fixed price compared to the influence of basic selling price more pay attention to the change of retailing price . Price reflects a demand of finished product made of Jati such as : Jati carved furniture as well as Jati furniture garden product in local as well as an export.

The arrangement of quality composition and length size and also timber diameter in one lot which are offered is the authority of Perhutani as the Monopolist of Jati marketing . The size and quality in accordance with the market or with the industry specification will be responded by the increase of the amount of interested persons per lot which finally will increase the auction fixed price. So that the market information is very needed in efforts to provide the product needed by the market (differentiated marketing strategy).

***Keywords : Fixed Price Auction, Basic of Selling Price, Retailing Price, monopolist***

1. Perum Perhutani Jakarta
2. Fakultas Kehutanan Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta
3. Fakultas Pertanian Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta