

**TRANSAKSI DAN RELASI PEMILIK HUTAN RAKYAT DENGAN  
PELAKU USAHA KAYU  
(Desa Jeruk, Kecamatan Bandar, Kabupaten Pacitan)**

Oleh :  
Yenata Novitasari<sup>1</sup>  
San Afri Awang<sup>2</sup>

**INTISARI**

Salah satu faktor penting dalam pengembangan hasil hutan rakyat adalah pemasaran. Pemasaran produk dari hutan rakyat di beberapa wilayah selalu menjadi masalah mendasar bagi petani. Permasalahan dalam memasarkan hasil hutan berupa kayu juga dialami oleh pemilik hutan rakyat di Desa Jeruk yang didominasi jenis pinus. Saat ini, pinus dianggap sudah menjadi komoditi ekonomi yang cukup prospektif, tapi arah pola pengembangannya masih belum jelas. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan transaksi pemasaran kayu pinus, mengetahui tingkat efisiensi tataniaga kayu pinus rakyat pada masing-masing lembaga pemasaran yang terlibat, dan menjelaskan bentuk relasi antara pengelola hutan rakyat dengan pedagang kayu pinus.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara secara terbuka, dengan sampel bertujuan yang diambil secara acak. Sedangkan data untuk mengetahui efisiensi pemasaran kayu pinus dilakukan dengan wawancara terhadap 30 petani, lima pedagang pengepul dan satu pemilik penggergajian. Data yang diperoleh berupa hasil wawancara mengenai proses pemasaran kayu yang terjadi di Desa Jeruk serta data biaya pemasaran yang berupa angka-angka.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa sistem transaksi pemasaran kayu pinus berlaku dalam satu desa. Sistem transaksi yang terjadi ada dua, yaitu sistem transaksi langsung dan sistem transaksi saluran tingkat satu. Efisiensi tataniaga kayu pinus dengan nilai Rp. 51744,21,-per m<sup>3</sup> adalah cukup efisien berdasarkan margin pemasaran. Berdasarkan margin keuntungan dan *mark up on selling*, nilai efisiensi pemasarannya kurang efisien. Ada indikasi petani lebih memilih sistem transaksi langsung, karena lingkup sistem pemasaran yang sempit, yaitu satu desa. Hal tersebut mengakibatkan semakin berkurangnya jumlah pedagang pengepul. Bentuk relasi antara pengelola hutan rakyat dengan pedagang kayu pinus membentuk suatu relasi yang tiap pihaknya mempunyai kepentingan serta kekuatan masing-masing, tapi tetap saling berhubungan.

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Jurusan Manajemen Hutan, Fakultas Kehutanan Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

<sup>2</sup> Dosen Fakultas Kehutanan Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.

**TRANSACTION AND RELATION BETWEEN THE OWNER OF FARM  
FORESTRY AND THE WOODS BUSSINESMAN.  
(Jeruk village, Bandar district, Pacitan regency)**

By:  
Yenata Novitasari<sup>1</sup>  
San Afri Awang<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

*One of the most important factors in developing the product of farm forestry is the marketing. The product marketing of farm forestry in some areas always become the basic problem for the farmer. The problems in selling the forest's product, especially woods, are faced by the owner of farm forestry in Jeruk village that is dominated by the pine tress. Today, pine is considered as the prospective economic commodity, but the direction of the development is not clear. The objectives of this study are to explain the transaction of pinewoods' marketing, to find out the efficiency of trade system forestry's pinewoods in every marketing institute that involved, and to explain the relation between the organizers of farm forestry and the pinewoods trader.*

*This study is qualitative study. To collect the data, the writer was conducting the observation and open interview, with the purposive random sample. The data to find out the efficiency of pinewoods marketing was collected by doing interview to 30 farmers, 5 intermediaries trader and one of the owner of sawing. The data that were collected are about the process of woods' marketing in Jeruk village includes the number of operating cost.*

*The result of the study is that the pinewoods' marketing system conduct in one village. There are two kinds of transaction system, direct transaction system and the first level transaction system. The value of efficiency pinewoods' trade system is Rp. 51744,21, per m<sup>3</sup> is enough according to the marketing margin. According to the profit margin and mark up on selling, the value of the marketing is not efficient. There is an indication that most of the farmers choose the direct system, because the scope of marketing system is narrow. This condition cause the decrease of the intermediaries trader number. The shape of relation between the organizer of farm forestry and the pinewoods trader form the relation that each of side have their own strength and importance but still relate to each other.*

*Keywords : woods marketing, transaction, relation.*

---

<sup>1</sup> Student of Forest Management Faculty of Forestry Gajah Mada University, Yogyakarta.

<sup>2</sup> Lecture of Forestry Faculty Gajah Mada University Yogyakarta