

Studi penampilan pasar kayu jati di Kabupaten Sumbawa

The study of market performance of teak wood in Sumbawa Regency

Efendy

Fakultas Pertanian Universitas Mataram

Abstrak

Penelitian bertujuan untuk mengetahui struktur dan perilaku pasar kayu jati (*Tectona grandis*) telah dilakukan dengan metode deskriptif dan teknik survai dengan mengambil 41 petani jati, 3 pedagang besar 1 agen pedagang besar, dan 4 pengolah kayu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur pasar kayu jati mengarah ke oligopsoni dengan konsentrasi tinggi, sedangkan perilaku pasar kayu menunjukkan adanya kerjasama antar pedagang kayu di Kabupaten Sumbawa dan pedagang antar pulau.

Kata kunci: Penampilan Pasar, Kayu Jati (*Tectona grandis*)

Abstract

The research, to know structure and behavior of teak market (Tectona grandis), was conducted using descriptive method and survey technique. Samples included 41 teak farmers, 3 wholesalers, 1 major marketing agent, and 4 wood processor. The study revealed that market structure is rather oligopsony with high concentration while market behaviour indicated some collaboration among wood traders within the regency and with traders outside the island.

Key Words: Market Performance, Teak Woods (Tectona grandis)

Pendahuluan

Meningkatnya kebutuhan kayu oleh rumahtangga dan industri pengolahan telah meningkatkan permintaan komoditas kayu, sehingga kegiatan perdagangan kayu juga makin meningkat sekaligus sebagai peluang penciptaan lapangan pekerjaan dan peluang berusaha.

Dalam perdagangan kayu ditandai oleh arus masuk dan keluar antar wilayah menurut ukuran dan jenis penawaran dan permintaan kayu. Permintaan kayu yang tinggi memberikan peluang usaha jasa perdagangan

dengan memanfaatkan fungsi tempat dan waktu antar daerah sentra produksi ke sentra konsumsi.

Kayu diproduksi rakyat dengan tingkat teknologi yang sederhana dan telah menjadi lapangan usaha serta sumber nafkah bagi masyarakat di sekitar kawasan hutan pedesaan Sumbawa, dengan lokasi produksi yang cukup tersebar, sehingga peranan pedagang pengumpul, pedagang besar, perantara hingga pengecer sangat menunjang integrasi vertikal dari produsen ke konsumen. Integrasi pasar akan terpadu secara vertikal bila perubahan harga di level konsumen akan ditransmisikan secara sempurna ke level pelaku pasar di bawahnya hingga ke petani sebagai produsen.

Pemasaran kayu dari Sumbawa dijumpai di beberapa pasar Kabupaten Sumbawa sampai ke semua kota kabupaten di NTB, dan termasuk tujuan akhir ke Pulau Bali dan Jawa. Volume yang diperdagangkan cukup tinggi dan telah memacu pemanfaatan alat transportasi Truck bertonase tinggi sebagai akibat meningkatnya kualitas jalan lintas Jawa-Bali-NTB. Selain itu pemasaran kayu Sumbawa telah meningkatkan kegiatan usaha pengolahan kayu di semua wilayah tersebut dengan harga yang cukup beragam baik antar pasar maupun antar waktu yang tergantung jumlah dan ukuran pasar, serta kecepatan informasi perubahan harga kayu.

Perubahan harga di tingkat konsumen akan lebih cepat direspon oleh perubahan harga di tingkat produsen, sehingga para pedagang memerlukan realokasi sumberdaya keluarga maupun sumberdaya bisnis untuk mempertahankan kelanggengan penerimaan dan keuntungan usaha. Hal ini secara langsung akan mempengaruhi frekuensi penjualan dan volume usaha. Tulisan ini melaporkan hasil Studi Penampilan Pasar Kayu Jati di Kabupaten Sumbawa yang meliputi struktur dan perilaku pasar kayu jati serta perdagangan antar pulau.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Sumbawa dengan metoda deskriptif dan teknik survai. Penentuan wilayah kecamatan dilakukan secara **purposive sampling** dengan mengambil Desa Semamung Kecamatan Moyo Hilir yang merupakan pusat pengembangan binaan WWF Nusa Tenggara.

Responden dalam penelitian ini meliputi 41 produsen kayu yang memiliki dan pernah menjual kayu jati di Desa Semamung Kecamatan Moyo Hulu secara **Purposive Sampling**. Selain itu telah diwawancarai pedagang kayu yang meliputi 3 Pedagang Besar, 1 Agen pedagang Besar dan 4 Pengolah kayu (*processor*) menggunakan metode **Snow Ball Sampling**. Total responden adalah 48 orang.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang dikumpulkan secara langsung melalui wawancara dengan produsen, pedagang, pengolah kayu yang berpedoman pada daftar pertanyaan. Data sekunder dikumpulkan dari dinas instansi yang terkait seperti Dinas Perkebunan, Kehutanan, Departemen Perdagangan dan Perindustrian, Kantor Statistik, dan Kantor Desa.

Untuk mengetahui struktur pasar dianalisis dengan **Concentration Ratio (Kr)** (Efendy, 1999) pada masing jenis pelaku pasar, yaitu perbandingan antara volume yang dikuasai dengan volume yang diperdagangkan (%). Bila ada satu pedagang yang memiliki Kr minimal 95% maka pasar tersebut mengarah ke *monopsoni*, bila ada 4 pedagang memiliki Kr 80% maka pasar cenderung ke *oligopsoni* dengan konsentrasi tinggi, serta bila ada 8 pedagang memiliki Kr 80% maka pasar cenderung mengarah ke *Oligopsoni* dengan konsentrasi sedang. Sedangkan untuk mengetahui perilaku pasar dengan analisis deskriptif yang meliputi praktek penentuan harga dan ada tidaknya kerjasama antar pedagang kayu di Kabupaten Sumbawa maupun pedagang antar pulau, Selanjutnya penampilan pasar dengan analisis Marjin (M) = $Pr - Pf$, *share* harga di level produsen, *share* biaya dan *share* keuntungan, dimana Pr = Harga di level pengecer, Pf = harga di level produsen. Perhitungan marjin dilakukan per lembaga dan secara total per saluran pemasara.

Hasil dan Pembahasan

Pemasaran kayu jati di Kabupaten Sumbawa melibatkan *processor* pengolah kayu gelondongan menjadi balok dan papan, agen pedagang dan pedagang besar selain menjual langsung ke konsumen.

Tabel 1 menunjukkan bahwa 48,78 % petani jati melakukan penjualan ke pedagang, 26,83 ke *processor* dan sisanya 24,93 % menjual langsung ke konsumen. Penjualan kayu jati ke semua pelaku pasar tersebut dalam bentuk pohon dan para pedagang dan atau *processor* yang melakukan pemotongan di kebun, sawah atau tegalannya petani.

Tabel 1. Jumlah Petani dan Volume Penjualan Kayu Jati ke Pelaku Pasar Tahun 2005.

Pelaku Pasar	Produsen (Orang)	% Produsen	Volume kayu (pohon)	% Volume
Pedagang	20	48,78	892	68,93
<i>Processor</i>	11	26,83	228	17,62
Konsumen	10	24,39	174	13,43
Jumlah	41	100.00	1.294	100.00

Pedagang kayu jati memegang peranan besar dalam pemasaran kayu jati di Kabupaten Sumbawa, dimana 68,93 % dari total volume yang diperdagangkan dikuasai oleh pedagang. Selanjutnya 17,62 % dan 13,43 % masing-masing dijual ke *processor* dan langsung konsumen rumah tangga. Dengan demikian pedagang dan *processor* memegang peranan utama dalam pemasaran kayu jati di Kabupaten Sumbawa. Pedagang kayu jati ini melibatkan juga agen di wilayah pedesaan untuk menghemat pemotongan dan pengangkutan kayu. Biasanya pemotongan diupayakan memenuhi satu satuan truck berukuran sedang sampai besar. Akibatnya walaupun penjualan tersebar dengan volume yang sedikit per produsen kayu jati, penggunaan

tenaga kerja mesin dan manusia dalam kegiatan pemotongan dan pengangkutan menjadi lebih efisien. Dari komposisi volume dan pelaku pasar maka dapat dihitung konsentrasi rasio per pelaku dan menentukan struktur pasar kayu jati.

Tabel 2 terlihat bahwa 68,93 % dari total volume kayu yang diperdagangkan dikuasai oleh hanya 3 Pedagang Besar di Kota Kabupaten, sisanya 17,62 % dikuasai oleh 4 *Processor* dan 13,45 % dipasarkan secara langsung ke konsumen. Dengan demikian struktur pasar kayu jati di Kabupaten Sumbawa cenderung mengarah ke oligopsoni dengan konsentrasi tinggi. Kalau struktur pasar sudah mengarah ke oligopsoni maka akan terjadi kolusi diantara pedagang sehingga dapat mengurangi *bargaining position* di tingkat produsen atau petani jati dan berdampak pada penekanan harga. Akibat selanjutnya, petani akan selalu menerima harga yang lebih rendah yang akan menimbulkan ketidakadilan dan eksploitasi. Disamping itu proses pengolahan kayu akan menggunakan sumberdaya yang boros.

Tabel 2. Jumlah Pasar, Volume Diperdagangkan dan Konsentrasi Rasio dalam Sistem Pemasaran Kayu Jati di Kabupaten Sumbawa

Pelaku Pasar	Jumlah (N)	Volume (pohon)	Konsentrasi Rasio (%)
Produsen	41	1.294	100
Pedagang Besar	3	892	68,93
<i>Processor</i>	4	228	17,62
Konsumen Langsung	10	174	13,45

Kajian lain adalah melihat margin pemasaran kayu jati di Kabupaten Sumbawa. Dari 3 pohon yang dibeli oleh processor dengan usaha skala rumah tangga dengan harga Rp 450.000 dan total biaya pengolahan Rp 200.000, mampu memberikan nilai produksi Rp 1.170.000. Sehingga keuntungan dari *processing* ini adalah Rp 970.000. Dengan pembagian: 1 bagian tenaga kerja, 1 bagian pemilik dan 1 bagian mesin *chainshow*, maka pengusaha masih memperoleh keuntungan Rp 646.666 per hari. Dengan demikian nilai tambah pengolahan kayu bulat menjadi balok (7cmx14mx200cm) atau Ram (4cmx20cmx200cm) akan mampu memberikan nilai tambah sebesar Rp 970.000 dan memberi peluang lebih dari 2 hari kerja orang per 3 pohon. Margin pengolahan ini menjadi jauh lebih besar lagi ketika dilakukan pengolahan oleh pengusaha dengan skala yang lebih besar dengan variasi produk olahan yang lebih beragam seperti *flouring*, *parquit* disamping balok kusen dan ram sebagai bahan baku daun pintu dan daun jendela.

Hasil analisis margin dengan pendekatan per m³ per saluran pemasaran disajikan pada Tabel 3. Margin tertinggi terdapat pada saluran pemasaran: Petani – Agen Pedagang Besar – Pedagang Besar - Konsumen (saluran-2) sebesar Rp 2.324.800 dengan komposisi biaya Rp 515.327 (18,29%) dan keuntungan Pedagang Besar Rp 2.218.978 (78,78%) serta keuntungan Agen Rp 82.361 (2,93%).

Marjin terendah pada saluran pemasaran Petani – Pengolah (*Processor*) – Konsumen (Saluran-3) yaitu Rp 1.408.000 dengan komposisi total biaya Rp 529.126 (37,57%) dan keuntungan pengolah (*processor*) Rp 878.874 (62,43%). Saluran pemasaran: Petani – Pedagang Besar – Konsumen (Saluran-3) diperoleh marjin Rp 2.324.800 dengan komposisi biaya Rp 514.355 (22,13%) dan keuntungan Rp 1.810.425 (77,87%).

Dari hasil analisis marjin tersebut terlihat bahwa pedagang besar memperoleh keuntungan 78 sampai 79 % terhadap total marjin pemasaran kayu jati, sedangkan pengolah (*processor*) dengan skala rumah tangga juga menikmati keuntungan sampai 62,43%. Dengan demikian pengolahan bulatan jati dalam bentuk pohon ke bahan kayu bangunan balok dan atau ram memberikan keuntungan yang tinggi bagi Pengolah dan Pedagang Besar. Pemandahan dan pengolahan kayu antar lembaga pemasaran dan pengolah menggunakan biaya dan pembagian keuntungan yang timpang. Keadaan ini menunjukkan bahwa pemasaran kayu jati di Kabupaten Sumbawa tergolong tidak efisien. Integrasi pasar kayu jati secara vertikal, horizontal, jangka panjang dan jangka pendek memperlihatkan indikasi yang kuat. Perubahan harga di level konsumen akan cepat mempengaruhi perubahan harga di level produsen walau berada pada wilayah yang jauh dan berbeda.

Tabel 3. Analisis Marjin Pemasaran Kayu Jati di Kabupaten Sumbawa

No.	Pelaku	Saluran-1	Saluran-2	Saluran-3
1.	Petani			
	Harga Jual (Rp/m ³)	875.220	333.333	875.220
2.	Pengolah(<i>Processor</i>)			
	Harga Beli (Rp/m ³)			875.220
	Harga Jual Rp/m ³)			2.283.220
	Biaya-biaya			529.126
	a. Transportasi			234.126
	b. Retribusi			10.000
	c. Bensin			97.580
	d. Oli			25.871
	e. Oli bekas			3.903
	f. Tenaga kerja			139.612
	g. Lain-lain			21.468
	Keuntungan			878.874
	Marjin (Rp/m³)			1.408.000
3.	Agen			
	Harga Beli (Rp/m ³)		333.333	
	Harga Jual Rp/m ³)		466.667	
	Biaya-biaya			972
	a. Transportasi			694
	b. Komunikasi			278
	Keuntungan			82.361
	Marjin (Rp/m³)			83.333

4.	Pedagang Besar		
	Harga Beli (Rp/m ³)	875.220	466.667
	Harga Jual (Rp/m ³)	3.200.000	3.200.000
	Biaya-biaya	514.355	514.355
	a. Transportasi	234.192	234.192
	b. Bensin	15.385	15.385
	c. Oli	4.615	4.615
	d. Oli bekas	1.538	1.538
	e. Tenaga kerja	46.923	46.923
	f. SKSHH	41.317	41.317
	g. IPKTM	60.000	60.000
	h. Criusing	15.000	15.000
	i. Lain lain	1.000	1.000
	Keuntungan	1.810.425	2.218.978
	Marjin (Rp/m³)	2.324.800	2.733.333
Total margin		2.324.800	2.816.666
		1.408.000	

Keterangan: SKSHH = Surat Keterangan Sah Hasil Hutan.

IPKTM = Ijin Pemanfaatan Kayu Tanah Milik

Kesimpulan

Struktur pasar kayu jati cenderung mengarah ke oligopsoni dengan konsentrasi tinggi, sedangkan perilaku pasar kayu menunjukkan adanya kerjasama antar pedagang kayu di Kabupaten Sumbawa serta pedagang antar pulau. Penampilan pasar menunjukkan bahwa marjin pemasaran berkisar dari Rp 1.408.000 sampai Rp 2.816.666 dengan komposisi biaya berkisar dari Rp 514.155 sampai Rp 529.126 dan keuntungan pelaku pasar dari Rp 878.874 sampai Rp 2.218.978 per m³. Marjin ini tergolong timpang antar pelaku pasar dengan share biaya dari 18,3% sampai 37,6% dan keuntungan dari 62,4% sampai 81,71%. Share produsen 12,2 % sampai 37,6 %.

Saran

1. Perbaikan harga kayu jati dapat dilakukan dengan penyediaan informasi harga di Kabupaten Sumbawa maupun di daerah lain yang lebih transparan per periode waktu tertentu dan disebarluaskan secara merata, sehingga dapat mengurangi kolusi dan struktur pasar oligopsoni, serta dapat meningkatkan posisi tawar petani jati melalui pemberdayaan kelompok.
2. Sebaiknya petani jati diberi pelatihan tentang kubikasi kayu jati untuk meningkatkan pemahaman dan nilai harapan pemasaran jati masa datang.
3. Pemasaran kayu jati hendaknya setelah dilakukan proses ke bentuk kayu ram atau balok karena dapat meningkatkan nilai tambah dari

- pengolahan di wilayah dengan Biaya Cruising produsen, sekaligus penciptaan lapangan pekerjaan bagi pengolah kayu.
4. Sebaiknya dapat dibuat standart per cluster (Rp/jarak), dan kejelasan Surat Keterangan Asal Kayu (SKAU) agar pedagang lebih tepat mengalokasikan pengelolaan sumberdaya modal dan kepastian dalam pembiayaan pemasaran kayu jati.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada *World Wide Fund for Nature* (WWF) Nusa Tenggara atas pembiayaan dan fasilitas dalam kerjasama penelitian Kayu Jati di Kabupaten Sumbawa.

Daftar pustaka

- Abbott, J. C. and J. P. Makeham, 1990. *Agricultural Economics and Marketing in The Tropics*. Longman Scientific and Technical. Harlow Essex. England.
- Efendy, 1999. *Studi Keterpaduan Pasar dalam Pengelolaan Sistem Pemasaran Gula Aren di Kabupaten Lombok Barat*. Tesis Pasca Sarjana. Universitas Brawijaya. Malang.
- Gujarati, N., 1995. *Basic Econometrics*. Third Edition, McGraw-Hill Internatioanl Editions, McGraw-Hill, Inc., Singapore. 838 p.
- Nazir, M., 1988. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia. Jakarta.