



# Gorontalo

*Journal Of Forestry Research*

**Volume 6 Nomor 1 April 2023**

P-ISSN 2614-2058 E-ISSN 2614-204X

## **ANALISIS PRODUKSI DAN RANTAI PEMASARAN PRODUK USAHA MEUBEL KAYU JATI (*TECTONA GRANDIS*) DI LINGKUNGAN LABUANG**

## **ANALYSIS OF THE PRODUCTING AND MARKETING CHAIN FOR FURNITURE BUSINESS PRODUCTS OF TEAK WOOD (*TECTONA GRANDIS*) IN LABUANG DISTRICT**

**Fitri Indhasari\*, Zulkahfi**

<sup>1</sup>Universitas Sulawesi Barat

\*E-mail: fitri.indhasari@unsulbar.ac.id

*Received, 12<sup>th</sup> October 2022; Revisied, 31<sup>st</sup> March 2023;*

*Accepted, 03<sup>th</sup> April 2023*

### **ABSTRAK**

Usaha Meubel Kayu Jati merupakan salah satu industri meubel yang diyakini dapat menjadi unggulan dalam menghadapi persaingan global. Oleh karena itu dibutuhkan kebijakan strategis terkait rantai pemasaran yang optimal dalam mempertahankan kelestarian usaha di tengah persaingan pasar. Pemasaran dikatakan efektif apabila konsumen atau pemakai industri dapat terpenuhi kebutuhannya dengan produk yang dihasilkan secara kontinyu. Tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi proses produksi dan *marketing mix* dan menganalisis rantai pemasaran produk Usaha Meubel. Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara dengan menggunakan kuisioner yang disusun berdasarkan variabel dan indikator, observasi dan pencatatan data sekunder dari berbagai sumber/instansi dan hasil penelitian terdahulu. Analisis data dengan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini akan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu : observasi pengusaha kayu, pengumpulan dan analisis data, serta penarikan kesimpulan. Proses produksi dari Usaha Meubel mulai dari pembelian bahan baku, pemotongan kayu, pengeringan kayu, pembelahan kayu, penyerutan kayu, perakitan kayu dan finishing, *marketing fix* meliputi 2 (dua) variabel yaitu harga dan produk. Bahan baku diperoleh dari Kota Polewali Mandar dan Majene dan produk yang dihasilkan ada 13 produk berupa kursi tamu, kursi makan, lemari pakaian, tempat tidur, kursi kuliah, meja kantor, meja tv, partisi, kusen pintu, mimbar, kursi jaksa dan kursi hakim. Rantai pemasaran terdapat 2 (dua) model yaitu produsen langsung kepada konsumen akhir dan produsen kepada agen/distributor kemudian konsumen akhir.

**Kata kunci:** meubel; jati; pemasaran; produksi; majene.

### **ABSTRACT**

*Teak Furniture Business is one of the furniture industries that is believed to be superior in facing global competition. Strategic policies are needed related to the optimal marketing chain in maintaining business sustainability amidst market competition. Marketing is to be effective if consumers or users can fulfill their needs with products that are produced continuously. The aim of study was to identify the production process and marketing mix and to analyze the marketing chain for Furniture Business products. Research data was collected using interview techniques using a questionnaire that was compiled based on variables and indicators, observation and recording of secondary data from various sources/agencies and the results of*

*previous studies. Data analysis used qualitative descriptive method. This research will be conducted through several stages, namely: observation of loggers, data collection and analysis, and drawing conclusions. The production process of the Furniture Business were purchasing raw materials, cutting wood, drying wood, splitting wood, shaving wood, assembling wood and finishing, marketing fix includes 2 (two) variables, namely price and product. Raw materials were obtained from the City of Polewali Mandar and Majene and the products produced were 13 products in the form of guest chairs, dining chairs, wardrobes, beds, lecture chairs, office tables, tv tables, partitions, door frames, pulpits, prosecutor chairs and judge chairs . The marketing chain has 2 (two) models, namely direct producers to final consumers and producers to agents/distributors and then to consumers.*

**Keywords:** *furniture; teak; marketing; production; majene.*

## PENDAHULUAN

Sektor kehutanan memegang peranan strategis bagi pembangunan ekonomi nasional salah satunya adalah industri pengolahan kayu yang mengalami perkembangan yang cukup pesat. Sampai saat ini industri perindustri berskala kecil sudah berkembang mencapai dimensi sangat vital, baik sebagai sumber pasokan devisa maupun dalam memperluas lapangan kerja dan kesempatan berusaha yang mendorong berkembangnya pembangunan di daerah-daerah terpencil.

Sektor swasta sebagai mitra turut memberikan kontribusi yang cukup besar bagi pendapatan negara. Saat ini semua industri pengolahan kayu di Kabupaten Majene berperan aktif dalam mengelola hasil hutan berupa kayu menjadi berbagai macam produk hasil hutan yang salah satu di antaranya kayu gergajian, dimana keberadaan industri-industri ini dirasakan sangat memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap pendapatan negara maupun daerah Majene sendiri.

Usaha Meubel adalah salah satu industri meubel di Kabupaten Majene yang didirikan sejak tahun 2016 dengan luas lahan 2.500 m<sup>2</sup> dan diyakini dapat menjadi unggulan dalam menghadapi persaingan global, oleh karena itu dibutuhkan kebijakan strategis yang mendukung bagi industri meubel. Bahan baku merupakan faktor utama yang menunjang terhadap kelancaran dan efektivitas barang yang siap diolah pada waktu yang tepat dan sesuai dengan rencana produksi yang ditetapkan oleh perusahaan. Bahan baku yang digunakan oleh Usaha Meubel yaitu Kayu Jati (*Tectona grandis*) berbentuk log/bantalan yang berasal dari hutan rakyat di Polewali dan Majene. Kayu jati ini sangat banyak disukai oleh masyarakat karena sangat tahan terhadap serangan rayap dan jamur, selain itu memiliki daya tahan yang baik terhadap cuaca dan perubahan suhu, sehingga Usaha Meubel ini menjadikan Kayu jati sebagai salah satu bahan baku kayu yang berkualitas. Terkait dengan rantai pemasaran yang merupakan aliran komoditi yang disertai perpindahan hak milik barang atau jasa yang dilakukan oleh lembaga-lembaga pemasaran yang baik bisa menjadi unggulan serta dapat mempertahankan kelestarian usahanya ditengah menghadapi persaingan pasar (Makkarennu *et al*, 2017).

Usaha Meubel untuk dapat lebih siap dalam menghadapi persaingan selain mendapat ancaman seperti banyak pesaing, dalam pengembangan juga tak terlepas dari pengaruh ketersediaan bahan baku, permasalahan ketenagakerjaan, daya saing, iklim investasi, serta teknologi dll. Oleh karena itu, dituntut untuk lebih bekerja keras dalam mencermati dan mengantisipasi reaksi lingkungan eksternal dan internal perusahaan yang mendukung, kekuatan dan kelemahan Usaha Meubel

serta peluang dan ancamannya. Sehingga dapat dirumuskan rantai pemasaran yang tepat bagi Usaha Meubel dalam pengembangannya untuk lebih *survive* dan *competitive*. Peningkatan produksi baik dari segi kualitas maupun kuantitas tidaklah berguna apabila tidak diimbangi dengan sistem pemasaran yang baik atau tata niaga yang mendukung.

Pemilihan saluran pemasaran merupakan faktor penting bagi suatu industri meubel, seperti Usaha Meubel, karena dapat mempengaruhi keputusan industri meubel di bidang pemasaran. Sehingga diupayakan lebih memperhatikan saluran pemasarannya agar setiap produk yang di produksi tetap tersalur dengan baik, sehingga dapat meningkatkan animo pembeli (konsumen) untuk memenuhi kebutuhannya sesuai dengan produk yang dihasilkan, sehingga diharapkan ini sebagai bentuk upaya sekaligus solusi untuk mempertahankan kelestarian usahanya dalam pengembangan Usaha Meubel selanjutnya, karena seperti yang kita ketahui bahwa kualitas sebesar apapun produk yang dihasilkan namun tidak diimbangi dengan sistem pemasaran yang baik atau efisien maka produk-produk yang diproduksi tersebut akan tidak tersalur dengan baik, dan jika sampai hal itu terjadi maka yang pastinya akan mengurangi animo pembeli (konsumen), maka Usaha Meubel mengharapkan supaya produk serta sistem pemasaran yang dihasilkan dapat memuaskan atau memenuhi kebutuhan pembeli (konsumen).

Pemasaran dikatakan efektif apabila konsumen atau pemakai industri dapat terpenuhi kebutuhannya dengan produk yang dihasilkan secara kontinyu. Namun keuntungan yang dihasilkan pedagang perantara relatif kecil apabila hanya sebagai penghubung dari produsen ke konsumen akhir (Wulandari et al, 2018). Jika produk yang dihasilkan oleh produsen sifatnya tahan lama maka produsen tidak perlu menggunakan fasilitas khusus untuk menyampaikan produknya, tetapi apabila produk yang dihasilkan itu sifatnya lekas rusak atau bentuknya dapat cepat berubah maka produsen memerlukan fasilitas khusus dan jasa-jasa lembaga pemasaran agar produknya dapat dipasarkan dan disampaikan dengan cepat kepada konsumen, oleh karena itu diharapkan supaya Usaha

Meubel lebih memperhatikan jenis produk yang diproduksi agar tidak membutuhkan rantai pemasaran yang rumit serta bersifat ekonomis. Untuk menentukan jumlah produk yang dipasarkan produsen harus menentukan skala produksinya dan meninjau potensi dari lembaga-lembaga pemasaran untuk memasarkan sejumlah besar produknya hingga sampai ditangan konsumen/pembeli. Berdasarkan hal tersebut, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Analisis Produksi dan Rantai Pemasaran Produk Usaha Meubel Kayu Jati (*Tectona grandis*) Majene” dalam mempertahankan kelestarian usahanya.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian dengan judul “Analisis Rantai Pemasaran Produk Usaha Meubel Kayu Jati (*Tectona grandis*)” di Lingkungan Labuang dilaksanakan pada bulan Agustus – Desember 2022 di Industri Meubel bernama Usaha Meubel Kayu Jati di Lingkungan Labuang, Kecamatan Banggae Timur, Kabupaten Majene, Provinsi Sulawesi Barat.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan teknik, yaitu :

- a. Observasi
- b. Wawancara
- c. Studi Literatur

### **Analisis Data**

Analisis Data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

#### 1. Proses Produksi dan *Marketing Mix* Pengolahan Kayu

Analisis deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian terhadap data dan informasi yang dikumpulkan dari para pihak yang terlibat di Usaha Meubel untuk mengetahui proses produksi pengolahan kayu jati. *Marketing mix* pada pemasaran produk menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif untuk 4 variabel yaitu produk, harga, distribusi dan promosi.

#### 2. Analisis Rantai Pemasaran Produk

Analisis rantai pemasaran produk kayu jati menggunakan analisis deskriptif kualitatif terhadap data dan informasi dari responden. Baik tidaknya saluran distribusi yang digunakan oleh sebuah perusahaan itu dipengaruhi oleh kondisi perusahaan itu sendiri maupun pasarnya.

#### 3. Implementasi Kebijakan Strategis Rantai Pemasaran

Analisis deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian terhadap data dan informasi dari semua responden yang dikumpulkan untuk mengetahui kebijakan strategis terkait rantai pemasaran yang optimal di tengah persaingan pasar Kabupaten Majene.

### **Tahapan-tahapan Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu :

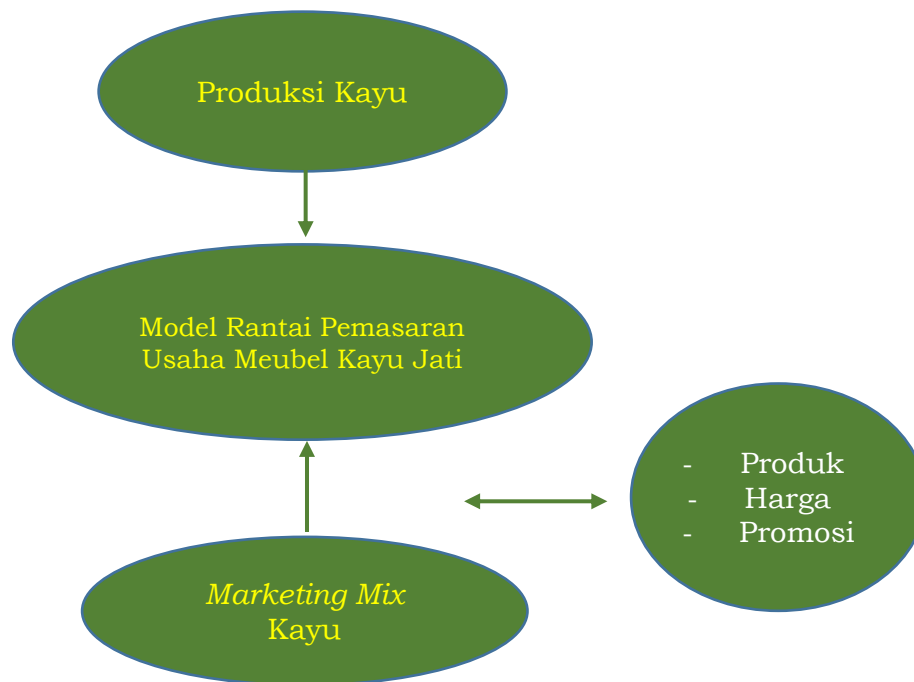
- a. Melakukan observasi lokasi penelitian, orang yang terlibat dan kegiatan terkait dengan proses produksi pengolahan industri kayu menjadi sebuah produk dan model rantai pemasaran.
- b. Menyiapkan alat penelitian berupa kamera, alat tulis-menulis, alat perekam suara dan laptop dan bahan penelitian berupa kuesioner dan *tally sheet*.
- c. Menentukan responden dengan metode *purposive sampling*.
- d. Melakukan wawancara semi-terstruktur terhadap responden dengan menyiapkan daftar pertanyaan.
- e. Mencatat dan mengumpulkan hasil wawancara dan observasi lapangan.
- f. Melakukan analisis data dan tabulasi data hasil observasi dan wawancara dengan menggunakan kuesioner.

### **Subjek Penelitian**

Subjek penelitian ini adalah 21 orang terdiri atas 1 orang pemilik Usaha Meubel, 16 orang karyawan bagian pengamplasan, 1 orang karyawan bagian pengukiran dan 3 orang karyawan bagian pengecatan dan industri pengolahan kayu "Usaha Meubel Kayu Jati" yang mengolah kayu menjadi produk furniture yang dibutuhkan oleh konsumen.

### **Model Penelitian**

Model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar 2. Model Penelitian

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha Meubel adalah salah satu industri meubel di Kabupaten Majene yang didirikan sejak tahun 2016 dengan luas lahan 2.500 m<sup>2</sup> dan diyakini dapat menjadi unggulan dalam menghadapi persaingan global, oleh karena itu dibutuhkan kebijakan strategis yang mendukung bagi industri meubel. Bahan baku merupakan faktor utama yang menunjang terhadap kelancaran dan efektivitas barang yang siap diolah pada waktu yang tepat dan sesuai dengan rencana produksi yang ditetapkan oleh perusahaan.

### **Proses Produksi Kayu**

1. Pembelian bahan baku: kayu diperoleh dari daerah sekitar Majene dan Polewali.
2. Pemoangan kayu: Selanjutnya setelah kayu berbentuk log sampai dilakukan pemoangan dan pembelahan kayu menggunakan mesin *sawmill* untuk mendapatkan ukuran yang diinginkan.
3. Pengeringan kayu: Proses selanjutnya yaitu pengeringan, pengeringan kayu yang dilakukan di cahaya mebel masih menggunakan pengeringan dengan bantuan cahaya matahari.
4. Pembelahan kayu: Setelah kering kayu dibelah lagi menjadi ukuran yang lebih kecil sesuai dengan kebutuhan dengan menggunakan mesin *band saw* dan *table saw*.
5. Penyerutan kayu: Proses selanjutnya yaitu penyerutan kayu dengan mesin planer agar permukaan kayu menjadi rata.
6. Perakitan kayu: Setelah kayu diserut selanjutnya proses perakitan kayu dengan menggabungkan kayu dengan cara memaku dan mengelem kayu.

pada proses ini mesin yang dibutuhkan yaitu mesin bor untuk melubangi kayu, *scrool saw* untuk membentuk pola kayu yang diinginkan dan mesin tatah bobok untuk menatah atau melubangi kayu untuk menyambungkan kayu.

7. *Finishing*: Setelah kayu selesai dirakit dan sudah berbentuk rangka maka dilakukan proses *finishing*. Proses *finishing* memerlukan mesin yaitu: mesin propil digunakan untuk merapikan sisi-sisi kayu, mesin amplas digunakan untuk memperhalus kayu dan mesin *spray* digunakan untuk menyemprotkan cat dan vernis agar tampilan mebel menjadi menarik serta mencegah meubel cepat lapuk karena serangan serangga.



Gambar 3. Proses Produksi Kayu menjadi Mebel

### **Marketing Mix**

*Marketing Mix* adalah kombinasi dari kegiatan-kegiatan pemasaran yang dilakukan untuk memasarkan barang dan jasa tertentu selama periode waktu tertentu kepada pasar tertentu. Kegiatan-kegiatan yang dimaksud meliputi 2 variabel yaitu produk dan harga pada Usaha Meubel.

#### **1. Produk**

Konsep produk mengatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, performansi dan ciri-ciri yang terbaik. Tugas manajemen disini adalah membuat produk berkualitas, karena konsumen dianggap menyukai produk berkualitas tinggi dalam penampilan dengan ciri-ciri terbaik (Masnawiah, 2015).

Usaha Meubel untuk jenis produknya aneka meubeler (tergantung pemesanan dan ada pembuatan rumah kayu juga). Semua produk yang diproduksi

oleh Usaha Meubel terjamin kualitasnya karena semua bahan baku utama yang digunakan adalah berasal dari jenis kayu Jati Merah (*Tectona grandis*). Selain itu, untuk menjamin kualitas bahan baku, setelah bahan baku diperoleh usaha meubel dari pemasok, proses pengeringan dan pengawetan kayu dilakukan dengan teratur, sehingga bahan baku terhindar dari rayap perusak kayu serta pengaruh lain yang membuat kualitas kayu menurun. Adapun bahan baku diperoleh dari Kota Polewali Mandar dan Majene dan produk yang dihasilkan berupa kursi tamu, kursi makan, lemari pakaian, tempat tidur, kursi kuliah, meja kantor, meja tv, partisi, kusen pintu, mimbar, kursi jaksa dan kursi hakim.

## 2. Harga

Harga suatu barang dan jumlah barang yang diperjualbelikan ditentukan oleh permintaan dan penawaran dari barang tersebut. Oleh karena itu, untuk menganalisis mekanisme penentuan harga dan jumlah barang yang diperjualbelikan maka perlu dilakukan analisis permintaan dan penawaran atas suatu barang tertentu yang terdapat dipasar. Keadaan suatu pasar dikatakan seimbang apabila jumlah yang ditawarkan penjual pada suatu harga tertentu adalah sama dengan jumlah yang diminta para pembeli pada harga tersebut. Harga suatu barang dan jumlah barang yang diperjualbelikan ditentukan dengan melihat keadaan ekuilibrium dalam suatu pasar. Harga produk yang ditetapkan oleh Usaha Meubel masih berdasarkan standarisasi yang ditetapkan oleh Usaha Meubel itu sendiri. Harga produk diantaranya dapat dilihat pada Tabel 1 yang terdapat 13 produk yang dihasilkan.

**Tabel 1. Harga Produk Usaha Meubel Kayu Jati**

No.	Jenis Produk	Harga (Rp.)	Satuan	Jumlah Produksi/bulan	Nilai Produksi (Rp.)
1	Kursi tamu	9.000.000	Set	1	9.000.000
2	Kursi makan 4 orang	3.750.000	Set	2	7.500.000
3	Kursi makan 6 orang	5.500.000	Set	2	11.000.000
4	Lemari pakaian 1 pintu	2.000.000	Unit	2	4.000.000
5	Tempat tidur	3.500.00	Unit	2	7.000.000
6	Kursi kuliah	350.000	Unit	50	17.500.000
7	Meja kantor	2.000.000	Unit	3	6.000.000
8	Meja tv	3.600.000	Unit	3	10.800.000
9	Partisi	6.500.000	Unit	1	6.500.000
10	Kusen pintu	1.000.000	Unit	10	10.000.000
11	Mimbar	4.500.000	Unit	1	4.500.000
12	Kursi jaksa	2.000.000	Unit	4	8.000.000
13	Kursi hakim	3.000.000	Unit	1	3.000.000

Sumber : Data Primer (2022)

### **Rantai Pemasaran Produk Usaha Meubel Kayu Jati**

Serangkaian organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan atau siap di konsumen merupakan pengertian saluran pemasaran (Kotler, 2002). Baik tidaknya saluran distribusi yang digunakan oleh sebuah perusahaan itu dipengaruhi oleh kondisi perusahaan itu sendiri maupun pasarnya. Menurut Swastha (1999), penetapan mata rantai dapat dibedakan atas saluran distribusi langsung kepada konsumen. Saluran distribusi pendek dimana produsen menggunakan satu jalur untuk memasarkan produksinya yaitu melalui pengecer, kemudian saluran pemasaran panjang yaitu produsen mengadakan penjualan dalam jumlah yang besar kepada pedagang besar atau eksportir. Saluran pemasaran yang sangat panjang dimana produsen menggunakan beberapa penyalur sehingga proses pemasarannya panjang untuk sampai ke konsumen. Ada 2 (dua) model saluran pemasaran/distribusi yaitu:

a) Produsen --- Konsumen Akhir

Saluran distribusi secara langsung ini menyangkut volume penjualan dalam rupiah yang relatif cukup besar dari barang industri dibandingkan dengan model saluran pemasaran lain (Dewi, 2016). Produsen barang industri seperti lokomotif, mesin pembangkit tenaga listrik, dan barang industri meubel. Pada gambar model rantai pemasaran menunjukkan bahwa harga hanya melibatkan produsen dan konsumen akhir. Rantai pemasaran Usaha Meubel dimaksudkan untuk lebih mudah dan jalur memperoleh keuntungan lebih cepat dan langsung karena tidak ada biaya pemasaran yang dikeluarkan untuk kegiatan pemasaran atau distribusi produk ke pedagang akhir. Dengan demikian, rantai distribusi langsung dari produsen ke konsumen yang dilakukan oleh Usaha Meubel saluran distribusi langsung (*direct channel of distribution*) yaitu penyaluran barang-barang atau jasa-jasa dari produsen ke konsumen dengan tidak melalui perantara, dengan melakukan penjualan di tempat produksi, penjualan di *showroom* atau melalui pameran.

b) Produsen --- Agen/distributor --- Konsumen Akhir

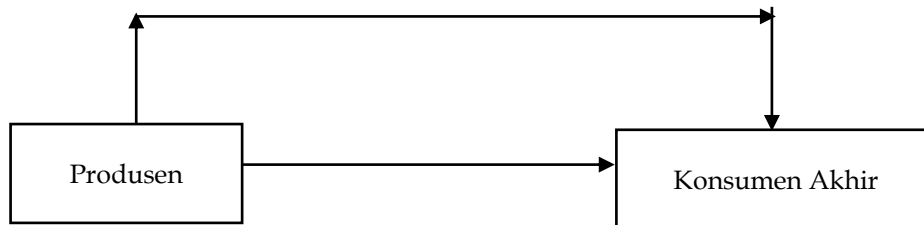
Biasanya model saluran distribusi kayu ini dipakai oleh produsen yang tidak memiliki saluran pemasaran. Suatu perusahaan yang ingin memperkenalkan produk baru atau ingin memasuki daerah pemasaran baru atau lebih suka menggunakan agen/distributor yaitu berasal dari Desa Pekkabata dan Kanang Polewali Mandar.

Beberapa faktor yang mempengaruhi pemasaran suatu produk antara lain (Tambunan, 2020) :

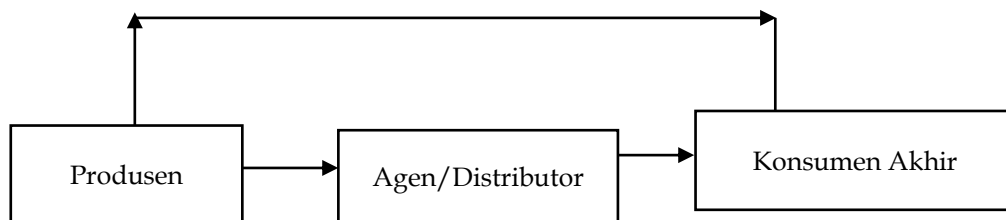
1. Harga menjadi penentu pertama dalam menentukan minat para konsumen dan juga menjadi penentu keberlangsungan barang yang diproduksi. Apabila harga yang ditentukan relatif rendah tentunya minat konsumen juga akan semakin meningkat. Pada intinya harga penjualan barang produksi harus lebih tinggi dari harga pembelian bahan baku dan biaya produksi.
2. Daya saing produk-produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik karena berasal dari bahan baku kayu Jati Merah. Dengan demikian bisa bersaing dengan baik mulai dari pesaing produk barang yang sejenis, dan juga dari pesaing barang yang memiliki nilai kegunaan yang sama.
3. Pemanfaatan teknologi merupakan faktor pengaruh yang sangat besar dalam memperlihatkan dan memasarkan suatu produk kepada konsumen sehingga

lebih cepat dan efisien. Pemanfaatan teknologi dengan adanya peralatan produksi yang lengkap dan dikendalikan oleh mesin. Sedangkan untuk pemasaran produk dilakukan dengan memanfaatkan teknologi informasi melalui media sosial.

4. Pembeli atau peminat merupakan faktor yang berpengaruh dalam proses pemasaran, yang nantinya akan berpengaruh dalam proses penjualan produk.



Gambar 4. Model 1 Rantai Pemasaran



Gambar 5. Model 2 Rantai Pemasaran

## PENUTUP

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Proses produksi dari Usaha Meubel mulai dari pembelian bahan baku, pemotongan kayu, pengeringan kayu, pembelahan kayu, penyerutan kayu, perakitan kayu dan finishing, *marketing fix* meliputi 2 (dua) variabel yaitu harga dan produk. Bahan baku diperoleh dari Kota Polewali Mandar dan Majene dan produk yang dihasilkan ada 13 produk berupa kursi tamu, kursi makan, lemari pakaian, tempat tidur, kursi kuliah, meja kantor, meja tv, partisi, kusen pintu, mimbar, kursi jaksa dan kursi hakim. Usaha Meubel melakukan kegiatan distribusi produk secara langsung di lokasi penelitian. Rantai pemasaran yang digunakan Usaha Meubel yaitu model rantai pemasaran pendek yakni dari produsen langsung kepada konsumen akhir dan produsen kepada agen/distributor kemudian konsumen akhir. Pemasaran produk yang dihasilkan Usaha Meubel saat ini di daerah Majene dan Polewali Mandar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, T. 2016. *Kebutuhan Bahan Baku Produk Jati Lokal pada Hutan Rakyat*. Skripsi Fakultas Pertanian dan Kehutanan, Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. 2016. *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.

- Makkarennu, M., Nakayasu, A., Osozawa, K., dan Ichikawa, M. 2017. An Analysis of the Demand Market of Indonesia Plywood in Japan. *International Journal of Sustainable Future for Human Security* 2(2): 2-7. DOI: 10.24910/jsustain/2.2/27
- Masnawiah. 2015. *Analisis Kebutuhan Bahan Baku pada Industri Meubel CV. Antariksa Makassar*. Skripsi Fakultas Pertanian Kehutanan, Universitas Hasanuddin Makassar.
- Sari, M., dan Asmendri, A. 2020. *Penelitian Kepustakaan dalam Penelitian Pendidikan IPA. Natural Science.*: Jurnal Penelitian Bidang IPA, 6(1), 41-53.
- Sugiarto. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kauntitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Swastha, B. 1999. *Azas-Azas Marketing*. Liberty. Yogyakarta
- Tambunan, Parada. 2020. *Daya Saing Komoditas Kayu Indonesia di Pasar Internasional*. Skripsi Departemen Hasil Hutan Fakultas Pertanian dan Lingkungan. Institut Pertanian Bogor.
- Wulandari, D., Qurniati, R., dan Herwanti, S. 2018. *Efisiensi Pemasaran Durian (Durio Zibethinus) di Desa Wisata Durian Kelurahan Sumber Agung*. Jurnal Sylva Lestari 6 (2): 68-76. DOI: 10.23960/jsl2668-76