

menjamurnya Perusahaan bantilan diwilayah Antang dan wilayah Moncongloe Maros serta daerah Kassi kassi perbatasan Makassar -Gowa.

4.9.2 Diferensiasi Produk dan Segmentasi Pasar

Segmen pasar CV Nirha meliputi segmen pasar penjual eceran kayu sekitar Kelurahan Antang dan segmen pasar pengusaha kontraktor perumahan dan kontraktor bangunan Gedung pemerintah. Kedua segmen pasar tersebut geografi wilayah pemasarannya berbeda. Segmen pasar penjual kayu eceran hanya terbatas pada wilayah pedagang sekitar Kelurahan Antang. Sedang segmen pasar pengusaha kontraktor wilayah geografisnya lebih luas.

CV Nirha mempunyai mitra kerjasama dagang dengan saudara tertuanya yang memiliki penjualan kayu eceran. Mitranya tersebut memperoleh perlakuan khusus dengan memberikan kesempatan untuk memilih jenis kayu yang kualitasnya lebih bagus pada berbagai kelas kuat kayu yang diperdagangkan oleh CV Nirha. Beberapa konsumen pembeli kayu yang membutuhkan bahan baku kayu untuk bahan *plafon* rumah (kayu kelas kuat II jenis durian) yang balok-baloknya harus lurus, kebanyakan membeli pada pedagang eceran mitra CV Nirha tersebut.

Penjual kayu eceran yang berlokasi di sekitar wilayah Antang membeli kayu pada PT Nirha jenis kayu dari kelas kuat II sampai kelas kuat IV. Para pedagang eceran tersebut merupakan langganan lama dari CV Nirha. Sedang untuk segmen pasar para kontraktor bangunan untuk bahan baku papan mall kebanyakan membeli kayu kelas kuat III (kayu mangga) dan IV (kayu kemiri, kapuk, dll) untuk papan pengecoran bangunan, wilayah pemasarannya lebih luas, meliputi Kota Makassar, perbatasan Makassar Gowa dan Makassar Maros. Pelanggan kontraktor bangunan tersebut, meliputi Perusahaan perumahan dan kontraktor bangunan pemerintah. Para kontraktor bangunan tersebut biasanya memiliki kerjasama dan saling kenal, karena induk perusahaan CV Nirha yaitu PT Nirha Jaya Teknik juga bergerak di bidang usaha kontraktor listrik.

CV Nirha dahulunya jenis kayu yang dijual kebanyakan jenis kayu kelas kuat I dan II (rimba campuran dan kayu Durian). Memasuki tahun 2020 sampai sekarang, sejak semakin terbatasnya dan semakin sulitnya memperoleh bahan baku,

serta menurunnya daya minat atau permintaan pasar maka CV Nirha terpaksa dominan menjual kayu kelas kuat III dan kayu kelas kuat IV.

4.9.3 Cost Leadership

Harga penjualan kayu yang ditetapkan oleh CV Nirha biaya agak moderat, yaitu tidak terlalu tinggi dan juga tidak terlalu rendah dibandingkan dengan Perusahaan bantilan yang ada di wilayah Antang. Moderatnya harga penjualan kayu oleh CV Nirha, dikarenakan lokasi usahanya merupakan milik sendiri, di samping para pekerjanya juga dalam lingkup keluarga sendiri dan bermukim di dekat tempat usaha mesin pengolahan CV Nirha. Faktor tersebut yang menjadi keunggulan tersendiri Perusahaan tersebut dibanding Perusahaan bantilan lainnya.

Pelayanan yang diberikan oleh CV Nirha terhadap pelanggannya, yaitu tidak dipungut biaya tambahan terhadap pengantaran kayu dari pembelinya dengan pembelian minimal 0,5 meter kubik dan biasanya dapat dipesan melalui kontak *handphone*. Pelayanan lainnya, yaitu pembeli dapat memilih kayu bantalan yang akan diolah lebih lanjut menjadi balok-balok atau papan sesuai ukuran kayu dan jumlah kayu yang akan dibeli.

Strategi harga kayu yang moderat disertai dengan bentuk layanan kepada pelanggan pembelinya merupakan modal manajemen pemasaran yang perlu dipertahankan, diintegrasikan dengan intensifikasi pasar dengan mengembangkan aliansi strategis dengan para kontraktor perumahan pelanggannya di sinergikan dengan cabang usaha kontraktor listrik. CV Nirha dapat lebih unggul apabila menspesialiskan diri dengan jenis kayu kelas kuat II -IV untuk pemenuhan kebutuhan kayu pada perumahan baru, dengan harga jual kayu yang moderat sehingga dapat mengimplementasikan strategi *cost leadership* dengan nilai terbaik, yaitu, menjual jenis kayunya dengan harga yang moderat kepada mitra kontraktor perumahan sekaligus bekerjasama dalam pengerjaan kelistrikan dan penyediaan bahan baku kayu. Di samping tetap mempertahankan atau meningkatkan penjualan kayu kelas kuat rimba campuran dan kayu durian dibarengi dengan integrasi ke belakang terhadap para pedagang pemasok bahan baku kayu ke CV Nirha.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah :

1. Kondisi lingkungan internal perusahaan CV Nirha meliputi produksi dan operasional, sumber daya manusia, pemasaran, dan keuangan. Dalam lingkungan internal terdapat kekuatan dan kelemahan perusahaan. Kekuatan perusahaan adalah memiliki pelanggan lama yang loyal kepada perusahaan, harga produk yang cukup murah, dan lokasi perusahaan yang strategis. Sedangkan kelemahan perusahaan adalah administrasi (struktur organisasi dan pencatatan) yang belum jelas atau terstruktur dengan baik, tidak melakukan promosi atau iklan, produk perusahaan yang standar, tidak memiliki perencanaan keuangan jangka panjang, dan status pendidikan karyawan yang masih rendah serta tidak ada pemberian penghargaan terhadap karyawan berprestasi.
2. Kondisi lingkungan eksternal perusahaan CV Nirha meliputi persaingan antar perusahaan saingan, potensi masuknya pesaing baru, potensi pengembangan produk pengganti, daya tawar pemasok, dan daya tawar konsumen. Dari lingkungan eksternal menggambarkan bahwa yang menjadi peluang bagi perusahaan adalah wilayah pemasaran yang belum dimasuki masih banyak, konsumen yang potensial, adanya keuntungan sebagai anak perusahaan dari perusahaan di bidang kontraktor, bahan baku yang dibeli lebih murah karena dalam bentuk bantalan dan permintaan produk yang masih cukup diminati. Sedangkan yang menjadi ancaman bagi perusahaan adalah banyaknya pesaing sesama industri yang menghasilkan daya tawar konsumen menjadi kuat serta hadirnya pengembangan produk pengganti papan dan balok yaitu *bondek* dan baja ringan yang berdampak pada daya beli masyarakat menurun.
3. Hasil analisis SWOT menempatkan CV Nirha berada pada quadran I yang artinya kondisi perusahaan saat ini kuat dan bertumbuh, sehingga mendukung strategi yang agresif. Rumusan strategi yang tepat diterapkan untuk melakukan

pengembangan usaha pengolahan kayu pada CV Nirha berdasarkan analisis SWOT adalah antara lain dengan menggunakan strategi intensif penetrasi dan pengembangan pasar berupa pemasaran produk seperti memasang iklan di internet media sosial. Strategi diferensiasi produk dengan menambah nilai *plus* produk yang dipasarkan. Dan strategi *cost leadership* berupa penurunan harga produk menjadi lebih murah dan menjamin kualitas kekuatan bahan baku produk papan dan balok.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan bagi pihak pengelola CV Nirha adalah sebaiknya berupaya untuk mulai memperbaiki administrasi perusahaan berupa struktur organisasi dan pencatatan dokumentasi. Untuk dapat lebih maju di dalam pengelolaan perusahaan sebaiknya melakukan promosi atau iklan mengenai produk perusahaan agar pasar perusahaan bisa semakin luas, dan perusahaan mendapatkan konsumen baru.

DAFTAR PUSTAKA

- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2022. Statistik Produksi Kehutanan 2022. Badan Pusat Statistik, Jakarta.
- Ahmad. (2020). *Manajemen Strategis*. Makassar : Penerbit Nas Media Pustaka.
- Arifudin, dkk. (2020). *Manajemen Strategik Teori dan Implementasi*. Banyumas : CV Pena Persada.
- Arraniri, dkk. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cirebon: Insania.
- Astuti, Miguna dan Agni R. Amanda. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Deepublish.
- As'ad dan Fridiyanto. (2021). *Perilaku Organisasi*. Batu : Literasi Nusantara.
- Benny, dkk. (2021). *Motivasi Kerja Karyawan PT Abdi Wibawa Press Medan. Seminar Nasional Sains dan Teknologi Informasi (SENSASI)*, 251-254.
- Darsana, dkk. (2023). *Strategi Pemasaran*. Bandung : Penerbit Intelektual Manifes Media.
- FAO. (2020). *Impacts of COVID-19 on wood value chains and forest sector response : Results from a global survey 2020 (Issue November)*. <http://www.fao.org/policy-support/tools-andpublications/resources-details/en/c/1333332/>
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (Strategi mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan)*. Deepublish.
- Firmansyah, Anang dan Budi W. Mahardhika. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta : Deepublish.
- Gamalael, dkk. (2022). *Konsep dan Strategi Pemasaran Diperlukan untuk Menyikapi Persaingan Bisnis Perusahaan. Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Auditing*, 3(2), 27-34.

- Hasan, Syahril. (2022). *Pengantar Manajemen*. Padang : PT Global Eksekutif Teknologi.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Edisi Revisi). Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Herawati, Helmi. (2019). *Pentingnya Laporan Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan*. *Jurnal Akuntansi Unihaz-JAZ*, 2(1), 16-25.
- Hery, S.E. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Hidayati, Ulfa. (2018). *Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi pada Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu)*. (Skripsi , Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018) Diakses dari <http://repository.radenintan.ac.id/4434/>
- Huzain, H. (2021). *Pengelolaan Sumber Daya Manusia*. (Skripsi , Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar,2021) Diakses dari <https://osf.io/cj27d/>
- Ilhamuddin, dkk. (2018). *Strategi Pengembangan Industri Kreatif Sektor Kerajinan Perhiasan Mutiara di Kota Mataram*. *Jurnal Magister Manajemen Universitas Mataram*. E-issn : 2548-3919.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Kotler, dkk. (2017). *Marketing Management*. Pearson.
- Kusumah, Judiatin R. (2020). *Usulan Perumusan Strategi Perusahaan dengan Analisis SWOT Untuk Pencapaian Target Penjualan CAT*. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Sistem Informasi*, 1(1), 475-489.
- Mahdi, dkk. (2020). *Performance analysis of production forest management unit (PFMU) of Dharmasraya district , West Sumatra province*. *Sumatra Journal of Disaster, Geography and Geography Education*, 4(1), 77-84.
- Mashuri dan Dwi Nurjannah. (2020). *Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing*. *JPS (Journal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97-112.

- Mukhlisin, Ahmad dan Mansyur H. Pasaribu. (2020). *Analisis SWOT Dalam Membuat Keputusan Dan Mengambil Kebijakan Yang Tepat*. *Journal Research and Education Studies*, 1(1).
- Mutaqin dkk. (2022). *Performa Industri Hutan Kayu dan Strategi Pemulihan Pasca Pandemi Covid-19*. *Bappenas Working Papers*, 5(1), 48-62.
- Nofiani, Panca W. dan Mansur C. Mursid. (2021). *Pentingnya Perilaku Organisasi Dan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Di Era Digital*. *Jurnal Logistik Bisnis*, 11(2), 71-77.
- Ompusunggu, Dicky P dan Nina Irenetia. (2023). *Pentingnya Manajemen Keuangan Bagi Perusahaan*. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 3(2), 140-147.
- Rachman, Rendy dan Roswita Oktaviani. (2021). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Sistem Pembayaran Online (Survei Pengguna Produk Uni Pin)*. *Jurnal Prologia*, 5(1), 148-153.
- Rachmawati, I. (2018). *Dasar-dasar Pemasaran : Pendekatan Strategi Bisnis di Era Digital*. PT. Kencana.
- Ritonga, Zuriani. (2020). *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori dan Aplikasi)*. Yogyakarta : Deepublish.
- Saleh & Miah Said. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran : Marketing Concepts and Strategies*. Vol(1). Sah Media.
- Salju. (2023). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Palopo : LPPI UM Palopo.
- Siboro, Thiur. (2019). *Manfaat Keanekaragaman Hayati Terhadap Lingkungan*. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 3(1).
- Sana, Moh. G, dkk. (2023). *Hubungan Antara Perencanaan Strategis, Ekspansi Pasar, Keunggulan Kompetitif Terhadap Pertumbuhan Perusahaan Fashion di Jawa Barat*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 2(2), 142-152.

- Suprato, Rifqi dan M. Zaky Wahyuddin. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ponorogo : Myria Publisher.
- United Nations Department of Economic and Social Affairs. (2021). *The Global Forest Goals Report 2021*. United Nations Publication. <https://www.un.org/esa/forests/wpcontent/uploads/2021/04/Global-Forest-Goals-Report-2021.pdf>
- Wildan, Muhammad A. dan Lailatus Sa'adah. (2021). *Pentingnya Motivasi untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan*. Jombang : LPPM Unirsitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Yulianti, dkk. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Deepublish.
- Zahara, Rita. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 31-38.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar pertanyaan wawancara penelitian

Daftar Pertanyaan Wawancara Penelitian

Pengembangan dan Pengelolaan Usaha Pengolahan Kayu

Pada CV Nirha Kel. Antang Kec Manggala

A. Biodata Responden

- a. Nama :
- b. Umur :
- c. Pendidikan terakhir :
- d. Tugas di Perusahaan : Direktur

B. Pertanyaan

1. Sejak tahun berapa CV Nirha berdiri?
2. Siapa yang mendirikan CV Nirha?
3. Apa visi dan misi CV Nirha?
4. Apa kegiatan utama CV Nirha?
5. Apa prinsip yang dipegang perusahaan CV Nirha?
6. Sejak tahun berapa CV Nirha mendapat izin usaha dan berstatus CV?
7. Bagaimana struktur organisasi CV Nirha?

Daftar Pertanyaan Wawancara Penelitian
Pengembangan dan Pengelolaan Usaha Pengolahan Kayu
Pada CV Nirha Kel. Antang Kec Manggala

A. Biodata Responden

- a. Nama :
- b. Umur :
- c. Pendidikan terakhir :
- d. Tugas di Perusahaan : Pengelola

B. Pertanyaan

a. Kondisi Internal

1. Kapan dilakukan perekrutan karyawan baru perusahaan?
2. Apa standar atau kriteria yang ditetapkan perusahaan dalam merekrut karyawan?
3. Apa motivasi atau dorongan yang diberikan kepada karyawan agar semangat bekerja?
4. Bagaimana mengontrol kehadiran karyawan?
5. Apa saja rencana pemasaran yang dilakukan perusahaan?
6. Bagaimana sistem penjualan atau cara memasarkan produk perusahaan?
7. Bagaimana pengarah yang dilakukan dalam pemasaran?
8. Bagaimana perencanaan keuangan untuk jangka panjang perusahaan?
9. Bagaimana perencanaan keuangan untuk jangka pendek perusahaan?
10. Bagaimana melakukan pengontrolan keuangan?

b. Kondisi Eksternal

1. Bagaimana persaingan sesama industri yang dihadapi oleh perusahaan?
2. Bagaimana perusahaan menghadapi dampak dari persaingan sesama industri?
3. Apa saja yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan baru yang ingin memasuki bisnis usaha pengolahan kayu?
4. Apa produk pengganti yang dapat mengancam eksistensi produk kayu?
5. Bagaimana perusahaan mengatasi ancaman dalam hal produk pengganti?
6. Bagaimana kondisi daya tawar pemasok bahan baku perusahaan?
7. Apa saja yang mempengaruhi daya tawar pemasok bahan baku perusahaan?
8. Bagaimana kondisi daya tawar konsumen perusahaan?
9. Apa saja yang mempengaruhi daya tawar konsumen perusahaan?

Daftar Pertanyaan Wawancara Penelitian
Pengembangan dan Pengelolaan Usaha Pengolahan Kayu
Pada CV Nirha Kel. Antang Kec Manggala

A. Biodata Responden

- a. Nama :
- b. Umur :
- c. Pendidikan terakhir :
- d. Tugas di Perusahaan : Pekerja/Karyawan

B. Pertanyaan

1. Kapan perusahaan melakukan perencanaan produksi?
2. Berapa orang pekerja yang dilibatkan dalam kegiatan produksi?
3. Pengarahan apa yang diberikan oleh pengelola sebelum melakukan produksi?
4. Apa yang dipersiapkan sebelum melakukan produksi?
5. Apa saja yang meliputi proses produksi di CV Nirha?

Lampiran 2. Biodata Responden Penelitian di CV Nirha

No.	Nama	Jenis Kelamin	Umur (tahun)	Pendidikan	Tugas/Jabatan
1.	H. Alimuddin, A.Md. T	L	51	D3	Direktur
2.	Husain Lewa, SE	L	45	S1	Pengelola
3.	Amir	L	40	SD	Pekerja Produksi

Lampiran 3. Pruksi penjualan CV Nirha untuk jenis kayu kelas kuat II berdasarkan jenis produk pada Bulan Juni Tahun 2023

No.	Jenis Produk (cm)	Volume (m ³)	Jumlah (sortimen)
1	Papan		
	2 x 20 x 400	3	186
	2 x 25 x 400	3,5	175
2	Balok		
	3 x 5 x 400	0	0
	4 x 6 x 400	1	104
	5 x 7 x 400	2,5	177
	5 x 10 x 400	7	350
	6 x 12 x 400	6,5	227
Total		23,5	1219

Lampiran 4. Produksi penjualan CV Nirha untuk jenis kayu kelas kuat III berdasarkan jenis produk pada Bulan Juni Tahun 2023

No.	Jenis Produk (cm)	Volume (m ³)	Jumlah (sortimen)
1	Papan		
	2 x 20 x 400	13,5	837
	2 x 25 x 400	0	0
2	Balok		
	3 x 5 x 400	0	0
	4 x 6 x 400	4	416
	5 x 7 x 400	4,5	319
	5 x 10 x 400	2,5	125
	6 x 12 x 400	0	0
Total		24,5	1697

Lampiran 5. Produksi penjualan CV Nirha untuk jenis kayu kelas kuat IV berdasarkan jenis produk pada Bulan Juni Tahun 2023

No.	Jenis Produk (cm)	Volume (m ³)	Jumlah (sortimen)
1	Papan		
	2 x 20 x 400	37	2294
	2 x 25 x 400	0	0
2	Balok		
	3 x 5 x 400	0	0
	4 x 6 x 400	11,5	1196
	5 x 7 x 400	7,5	532
	5 x 10 x 400	7	350
	6 x 12 x 400	4	140
Total		67	4512

Lampiran 6. Volume produksi penjualan CV Nirha berdasarkan jenis kayu pada Bulan Juni Tahun 2023

No	Jenis Kayu	Volume (m ³)
1	Sengon	18
2	Mangga	24,5
3	Jabon merah	11,5
4	Kapuk	4,5
5	Kemiri	27
6	Rita/pulai	9,5
7	Bunga	8
8	Durian	12
Total		115

Lampiran 7. Harga beli secara kubikasi konversi berdasarkan harga produk per sortimen untuk kayu kelas kuat II

No.	Ukuran Produk (cm)	Volume Produk (m ³)	Jumlah Produk (sortimen/m ³)	Jumlah Produk Jadi (sortimen/m ³)	Harga Satuan (Rp/sortimen)	Total harga (Rp/m ³)
1	Papan					
	2 x 20 x 400	0,016	62,5	62	42.000	2.604.000
	2 x 25 x 400	0,02	50	50	52.000	2.600.000
2	Balok					
	3 x 5 x 400	0,006	166,67	166	16.000	2.656.000
	4 x 6 x 400	0,0096	104,16	104	25.000	2.600.000
	5 x 7 x 400	0,014	71,42	71	37.000	2.627.000
	5 x 10 x 400	0,02	50	50	52.000	2.600.000
	6 x 12 x 400	0,028	35,8	35	74.000	2.590.000

Lampiran 8. Harga beli secara kubikasi konversi berdasarkan harga produk per sortimen untuk kayu kelas kuat III

No.	Ukuran Produk (cm)	Volume Produk (m ³)	Jumlah Produk (sortimen/ m ³)	Jumlah Produk Jadi (sortimen/ m ³)	Harga Satuan (Rp/sortimen)	Total harga (Rp/ m ³)
1	Papan					
	2 x 20 x 400	0,016	62,5	62	29.000	1.798.000
	2 x 25 x 400	0,02	50	50	36.000	1.800.000
2	Balok					
	3 x 5 x 400	0,006	166,67	166	11.000	1.826.000
	4 x 6 x 400	0,0096	104,16	104	17.500	1.820.000
	5 x 7 x 400	0,014	71,42	71	25.500	1.810.500
	5 x 10 x 400	0,02	50	50	36.000	1.800.000
	6 x 12 x 400	0,028	35,8	35	51.500	1.802.500

Lampiran 9. Harga beli secara kubikasi konversi berdasarkan harga produk per sortimen untuk kayu kelas kuat IV

No.	Ukuran Produk	Volume Produk	Jumlah Produk	Jumlah Produk Jadi	Harga Satuan	Total harga
	(cm)	(m ³)	(sortimen/ m ³)	(sortimen/ m ³)	(Rp/sortimen)	(Rp/ m ³)
1	Papan					
	2 x 20 x 400	0,016	62,5	62	24.500	1.519.000
	2 x 25 x 400	0,02	50	50	30.000	1.500.000
2	Balok					
	3 x 5 x 400	0,006	166,67	166	9.500	1.577.000
	4 x 6 x 400	0,0096	104,16	104	14.500	1.508.000
	5 x 7 x 400	0,014	71,42	71	21.500	1.526.500
	5 x 10 x 400	0,02	50	50	30.500	1.525.000
	6 x 12 x 400	0,028	35,8	35	43.000	1.505.000

Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian



Gambar 9. Lokasi Produksi CV Nirha



Gambar 10. Wawancara dengan Direktur CV. Nirha



Gambar 11. Pembukaan terpal untuk pembongkaran bahan baku



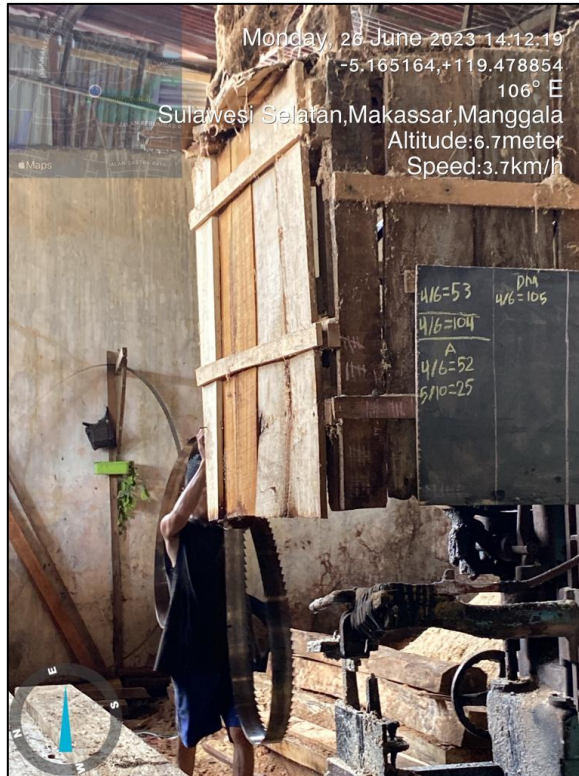
Gambar 12. Proses penurunan bahan baku dari truk



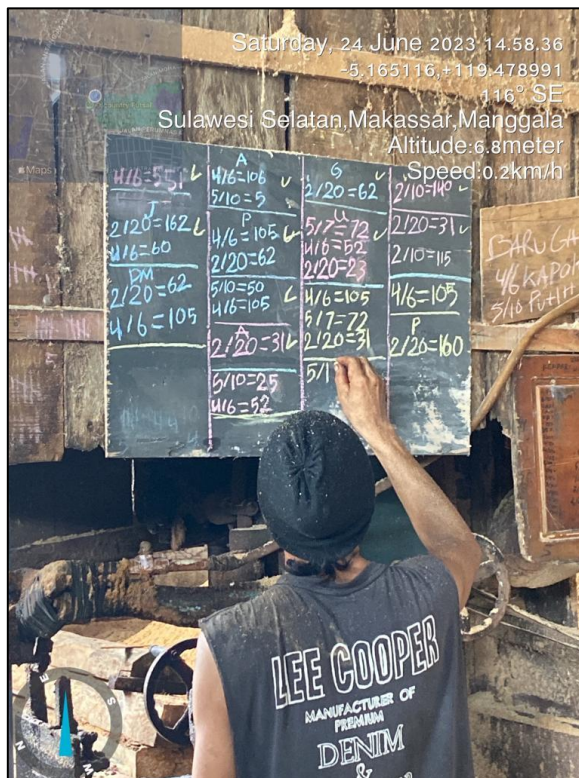
Gambar 13. Proses pemotongan kayu dengan mesin pemotong



Gambar 14. Pengamatan dalam tahap produksi



Gambar 15. Penggantian mata pisau mesin pemotong



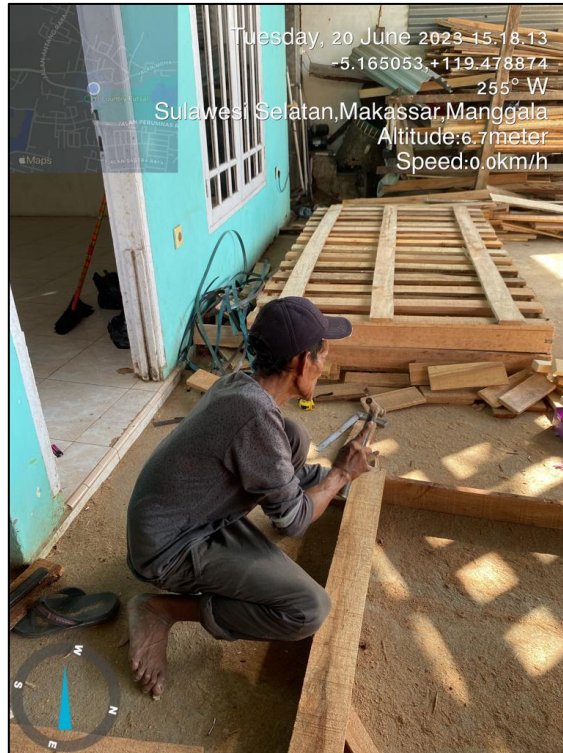
Gambar 16. Proses pencatatan jenis dan jumlah hasil produk



Gambar 17. Proses memuat produk



Gambar 18. Proses memastikan jumlah pesanan dengan menghitung dan menandai produk yang dimuat



Gambar 19. Proses perakitan produk palet



Gambar 20. Mobil pengangkut pada CV Nirha



Gambar 21. Proses wawancara pekerja/karyawan



Gambar 22. Proses wawancara pengelola bagian I



Gambar 23. Wawancara pengelola bagian II



Gambar 24. Wawancara pengelola bagian III



Gambar 25. Observasi bagian I



Gambar 26. Observasi bagian II



Gambar 27. Pesaing sesama industri (UD Manggala Raya Somel)



Gambar 28. Pesaing sesama industri (UD Reski Sengkang)



Gambar 29. Pesaing Sesama Industri (UD Sumber Rezky Utama)

Lampiran 11. Dokumen Nota pada CV Nirha

NOTA ANGKUTAN
HASIL HUTAN KAYU BUDIDAYA YANG BERASAL DARI HUTAN HAK
(berlaku sebagai DKP)
Nomor : 50

Desa : Terpedo Jaya
 Kecamatan : Sabbang Selatan

Kabupaten : Luwu Utara
 Provinsi : Sulawesi-Selatan

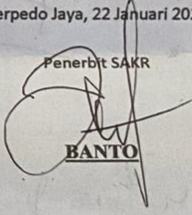
ASAL KAYU
 Bukti Kepemilikan *) : SPPT
 No. Bukti Kepemilikan : 73.22.109.019.006-0134.0
 Nama Pengirim : BANTO
 Alamat Pengirim : Terpedo Jaya
 Tempat Muat :
 Jenis dan Identitas : KTP
 Alat Angkut : NO. POL : DD 8849 XE

TUJUAN PENGANGKUTAN
 Penerima : CV. NIRHA
 Alamat Penerima : ANTANG
 MAKASSAR
 SULAWESI SELATAN

MASA BERLAKU
 Selama : 3 Hari
 Dari tanggal : 22 Januari 2023
 Sampai Tanggal : 24 Januari 2023

NO	JENIS KAYU	JUMLAH (Batang/Pcs)	VOLUME (M3)	KETERANGAN
1	DURIAN	111	12,3425	Kayu Olahan Masyarakat
	JUMLAH	111	12,3425	

Catatan :
 *) diisi bukti pemilikan/ penguasaan sesuai ketentuan yang diakui BPN
 **) untu pengangkutan lanjutan diisi nomor dan tanggal SAKR sebelumnya

Terpedo Jaya, 22 Januari 2023
 Penerbit SAKR

BANTO

Sesuai dengan lampiran XXIV Peraturan Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan
 Nomor : 8 tahun 2021
 Tanggal : 1 April 2021

Gambar 30. Contoh Nota Angkutan Bahan Baku ke CV Nirha

CV. NIRHA
JUAL BELI KAYU BAYAM/SAMARINDA
 MENERIMA PESANAN KUSENG, PINTU, JENDELA
 MEUBEL, LEMARI, MEJA MAKANAN, KURSI, DLL
 Jl. Antang Raya No. 117 Makassar HP. 081355157723

Makassar Tgl. 18-9-2023.
 Nama Askan
 Toko Pdp

NOTA

120 kg	4/6 x 4m - 9	1,142 (Riba)	Rp. 1.728.000
20 kg	5/10 x 4m - 9	0,46 (Riba)	Rp. 660.000
	Riba →		
72 kg	5/7 x 4m	1m3	Rp. 1.400.000
28 kg	5/10 x 4m	0,66 (Bunga)	Rp. 784.000
	(Bunga)		
			Jumlah Rp. 4.572.000
			Panjar Rp.
			Sisa Rp.

Tanda Tangan ()

PERHATIAN :
 Barang yang Sudah dibeli
 Tidak Dapat Ditukar Atau
 Dikembalikan

Homat kami
 (HUSAIN LEWA)
 (A. LANDI)

Gambar 31. Contoh Nota Jual Beli Kayu CV Nirha