

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Proses Perencanaan Strategi Bisnis	13
B. Strategi dan Unsur-unsur Pemasaran	15
1. Unsur-Unsur Saluran Pemasaran	19
2. Tingkat Pemasaran	21
C. Pelelangan	23
1. Pengertian Lelang Secara Umum	23
2. Penjualan Kayu melalui Lelang	25
3. Jenis-Jenis Lelang	25
4. Hak-Hak dan Kewajiban-Kewajiban Pemohon Lelang	29
5. Hak-Hak dan Kewajiban-Kewajiban Peserta Lelang	29
6. Risalah Lelang, Besarnya Pungutan Bea Lelang dan Uang Miskin	30
D. Diskriminasi Harga	32
1. Jenis-Jenis Diskriminasi Harga	34
2. Tujuan dan Manfaat Diskriminasi Harga	34
3. Persyaratan untuk Diskriminasi Harga yang Menguntungkan	35

BAB III	METODELOGI PENELITIAN	36
A.	Kerangka Pikir Penelitian	36
B.	Tempat dan Waktu Penelitian	42
C.	Jenis dan Sumber Data	43
1.	Jenis Data	43
2.	Sumber Data	45
D.	Metoda Pengumpulan Data	45
E.	Rancangan Analisa Data	45
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A.	Keadaan Umum Objek Penelitian	47
1.	Sejarah Singkat PT. Perhutani (Persero) Unit III Jawa Barat dan Banten	47
2.	Aktivitas Pokok dan Perkembangan PT.Perhutani	69
3.	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	52
a.	Struktur Organisasi	52
b.	Uraian Tugas	55
4.	Struktur Penjualan	56
5.	Kebijakan Manajemen Pemasaran PT. Perhutani (Persero).	56
6.	Ekologi dan Sosial	58
7.	Perkembangan PT. Perhutani Unit III Jawa Barat dan Banten	61
B.	Prosedur Pelaksanaan sistem Penjualan Lelang PT. Perhutani (Persero) Unit III Jawa Barat dan Banten	63
1.	Tujuan Prosedur Penjualan	63
2.	Pihak Yang Terkait Dalam Prosedur penjualan	64
3.	Prosedur Pelaksanaan Penjualan	66
4.	Prosedur Pelaksanaan Penjualan Lelang	66

C.	Pengaruh Strategi Distribusi Penjualan terhadap Pendapatan	68
1.	Pendapatan dari Penjualan Dalam Negeri, Luar Negeri dan Hasil Usaha diluar Usaha Pokok	68
2.	Rencana dan Realisasi Pendapatan atas Penjualan Lelang, Penjualan Langsung dan Penjualan Perjanjian	72
D.	Deskripsi Strategi Pemasaran PT. Perhutani	81
1.	Deskripsi Efektivitas Strategi Pemasaran Melalui Distribusi Penjualan Lelang	81
2.	Deskripsi Produk yang Dihasilkan	86
3.	Kebijakan Pemerintah	87
4.	Penetapan Strategi Pemasaran	90
5.	Tujuan Manajemen Dalam Penetapan Strategi Pemasaran	94
E.	Pengaruh Strategi Pemasaran Lelang Terhadap Volume Penjualan	95
1.	Analisa Strategi Lelang Terhadap Volume Penjualan	95
2.	Laporan Penjualan Kayu Jati dan KPH.....	99
F.	Perhitungan Diskriminasi Harga Terhadap Harga Jual Dasar dan Harga Jual Lelang	104
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	108
A.	Kesimpulan	108
B.	Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	114

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. LUAS KAWASAN HUTAN PT. PERHUTANI (PERSERO) UNIT III JAWA BARAT DAN BANTEN (MENURUT KELAS PERUSAHAAN)	1
2. TOTAL PENJUALAN HASIL HUTAN DALAM NEGERI TAHUN 1997-2001	3
3. BESARNYA BIAYA PUNGUTAN BEA LELANG DAN UANG MISKIN PT. PERHUTANI (PERSERO) UNIT III JAWA BARAT DAN BANTEN	31
4. TOTAL HASIL PENJUALAN DALAM NEGERI TAHUN 1997 – 2001	62
5. RENCANA DAN REALISASI PENDAPATAN TAHUN 2001.....	69
6. RENCANA DAN REALISASI PENDAPATAN SELURUH KPH TAHUN 2001.....	71
7. RENCANA DAN REALISASI DISTRIBUSI PENJUALAN LELANG, LANGSUNG DAN PERJANJIAN TAHUN 2001	73
8. RENCANA DAN REALISASI PENJUALAN KAYU BUNDAR JATI DENGAN PENJUALAN LELANG BESAR TAHUN 2001	75
9. RENCANA DAN REALISASI PENJUALAN KAYU BUNDAR JATI DENGAN PENJUALAN LELANG KECIL TAHUN 2001	75
10. RENCANA DAN REALISASI PENJUALAN KAYU BUNDAR JATI DENGAN PENJUALAN LANGSUNG TAHUN 2001	76
11. TOTAL RENCANA DAN REALISASI PENJUALAN KAYU BUNDAR JATI DENGAN LELANG BESAR, LELANG KECIL DAN PENJUALAN LANGSUNG TAHUN 2001	76
12. PERBANDINGAN BOBOT KONTRIBUSI MASING-MASING SALURAN PENJUALAN KAYU BUNDAR JATI TAHUN 2001	79
13. PENDAPATAN PENJUALAN KAYU JATI PT. PERHUTANI (PERSERO) UNIT III JAWA BARAT DAN BANTEN TAHUN 1997 – 2001	83
14. PERBANDINGAN RECANA & REALISASI PENJUALAN DALAM NEGERI KAYU BUNDAR JATI TAHUN 2001	85

15.	REALISASI PENJUALAN KAYU BUNJAR JATI BULAN JANUARI – DESEMBER 2001 PT. PERHUTANI (PERSERO) UNIT III JAWA BARAT DAN BANTEN	96
16.	LAPORAN PENJUALAN LELANG KAYU JATI TAHUN 2001 KPH	99
17.	PENGARUH DISKRIMINASI HARGA DENGAN VOLUME PENJUALAN TAHUN 1996 – 2001	104
18.	PENGARUH DISKRIMINASI HARGA DENGAN PENDAPATAN TAHUN 1996 – 2001	105
19.	PENGARUH DISKRIMINASI HARGA DENGAN REALISASI HARGA JUAL TAHUN 1996-2001	105
20.	PERHITUNGAN ALTERNATIP PENERAPAN DISKRIMINASI HARGA TERHADAP PENJUALAN JATI TAHUN 2001	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. DISTRIBUSI VOLUME PENJUALAN KAYU JATI TAHUN 2001	4
2. DISTRIBUSI PENDAPATAN PENJUALAN KAYU JATI TAHUN 2001	5
3. HARGA RATA-RATA PENJUALAN KAYU JATI TAHUN 2001	5
4. KURVA DAUR HIDUP POKOK	16
5. KONSEP SURPLUS KONSUMEN	33
6. KERANGKA PIKIR PENELITIAN	37
7. PENJUALAN HASIL HUTAN TAHUN 2001	84
8. PENJUALAN DALAM NEGERI KAYU BUNDAR JATI TAHUN 2001	85
9. REALISASI PENJUALAN KAYU BUNDAR JATI TAHUN 2001 BERDASARKAN UKURAN SORTIMEN	86
10. REALISASI HARGA RATA-RATA LELANG BESAR TAHUN 2001	103
11. REALISASI HARGA RATA-RATA LELANG KECIL TAHUN 2001	103
12. ALTERNATIF PEMILIHAN DISKRIMINASI HARGA (DH) PADA PENDAPATAN TAHUN 2001	107