



**Kewirausahaan dalam
bidang hasil
tanaman keras dan
hutan
berbasis masyarakat:
Analisis dan
Pengembangan Pasar
(APP)**

BUKU A

**PANDUAN
MENGUNAKAN
BUKU INI**

Buku Panduan disusun oleh
Isabelle Lecup
Ken Nicholson

Diterjemahkan oleh Alexander Eri Wahyuadi
Disunting oleh Tony Djogo

Arah, tujuan dan isi serta presentasi materi dalam publikasi ini sama sekali tidak mewakili pandangan FAO (Food And Agricultural Organization) atau Organisasi Pangan dan Pertanian PBB yang berkaitan dengan status hukum sebuah negara, wilayah, kota atau daerah manapun atau kewenangan, atau berkenaan dengan batas-batas negara

Hak Cipta Dilindungi. Materi dalam produk informasi ini boleh digandakan dan disebarluaskan untuk tujuan pendidikan dan tujuan nirlaba lainnya tanpa harus meminta ijin tertulis dari pemegang hak cipta sepanjang sumber tulisan ini disebutkan. Dilarang menggandakan materi ini untuk dijual atau untuk tujuan komersial lainnya tanpa ijin tertulis dari pemegang hak cipta. Permintaan ijin harus disampaikan kepada Chief, Publishing and Multimedia Service, Information Division, FAO, Viale delle Terme di Caracalla, 00153 Rome,

**© FAO (FOOD AND AGRICULTURAL ORGANIZATION)
ATAU ORGANISASI PANGAN DAN PERTANIAN
2008**

Website: <http://www.fao.org>

Publikasi ini diterjemahkan atas kerjasama FAO (Food and Agricultural Organization) atau Organisasi Pangan dan Pertanian dan RECOFTC (Regional Community Forestry Training Center for Asia and the Pacific) dengan dukungan The Ford Foundation Jakarta.

Untuk informasi lebih lanjut hubungi :

RECOFTC Bangkok:

Kasetsart University,, Pahonyothin Road, P.O. Box 1111
Bangkok 10903, Thailand. Tel (66-2)- 940-5700, Fax: (66-2)-561-4880
Email: info@recoftc.org, Website:<http://www.recoftc.org>

RECOFTC Indonesia:

Pusdiklat Kehutanan, Jalan Gunung Batu,
Kotak Pos 141, Bogor 16118 Indonesia, Telp: 62-251-322809,
Faks 62-251 323565, Email : tony.recoftc@gmail.com, tony@recoftc.org

**Kegiatan Usaha Hasil Tanaman Keras/Pohon dan
Hutan Berbasis Masyarakat : Analisis dan
Pengembangan Pasar (APP)**

BUKU A

PANDUAN MENGGUNAKAN BUKU INI

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	4
LAMPIRAN	5
DAFTAR KOTAK.....	5
PENDAHULUAN	6
PROSES ANALISIS DAN PENGEMBANGAN PASAR.....	6
ASUMSI TATA LAKSANA PANDUAN	8
TUJUAN BUKU PANDUAN	8
SIAPA YANG MENGGUNAKAN BUKU PANDUAN INI?	8
TATA CARA PENGGUNAAN BUKU PANDUAN.....	9
Penyajian Panduan	9
BAGIAN DARI BUKU PANDUAN YANG PERLU DIPERGUNAKAN .	11
Awal Proses	11
LAMPIRAN 1 ISTILAH-ISTILAH.....	12
Pelaku: utama dan pendukung.....	12
Jalur Pengiriman (Delivery Channel).....	12
Jalur Distribusi (Distribution Channel)	12
Pengusaha	13
Fasilitator.....	13
Empat bidang pengembangan usaha.....	13
Pasar.....	13
Mata Rantai Pasar (Market chain).....	13
Saluran atau jalur Pasar (Market channel)	14
Lingkungan Pasar (Market environment).....	14
Pemasaran (Marketing).....	14
Lokasi Pasar (Market place).....	14
Produk.....	14
Sumber daya	14
Produk Tanaman dan hasil hutan.....	15
LAMPIRAN 2 DAFTAR SINGKATAN	16

LAMPIRAN

Lampiran 1: Definisi istilah
Lampiran 2: Daftar singkatan

DAFTAR KOTAK

Kotak A.1 Proses Analisis dan Pengembangan Pasar
Kotak A.2 Daftar Simbol dalam panduan ini

PENDAHULUAN

Pendekatan Analisis dan Pengembangan Pasar-APP (*Market Analysis and Development (MA&D)*) bisa membantu orang untuk membangun sistem mata pencaharian atau penghidupan (livelihood system) yang berkelanjutan dimana modal mereka dapat meningkat serta pengelolaan hutan mereka diperbaiki. Analisis ini mendayagunakan masyarakat lokal tersebut untuk melakukan identifikasi produk potensial dan mengembangkan pasar guna memperoleh manfaat serta pendapatan tanpa merusak basis sumber daya alamnya.

Buku panduan ini dirancang untuk memberikan arahan bagi para fasilitator untuk membantu masyarakat lokal melaksanakan proses Analisis dan Pengembangan Pasar (APP). Buku ini disiapkan dengan masukan yang cukup luas dan mendalam dari Isabelle Lecup, Kenneth Nicholson dan Thomas Fricke, berdasarkan pengalaman mereka dalam menerapkan APP selama 6 tahun belakangan ini di Vietnam serta 12 tahun di Nepal.

Panduan ini memberikan gambaran tentang kerangka kerja APP disertai dengan enam buku yang berisi tata cara pelaksanaan di lapangan. Panduan ini juga menjelaskan sasaran masyarakat penggunaannya. Hal ini diharapkan dapat membantu calon pengguna dalam memilih buku mana yang sesuai pada tahapan proses yang akan dilaksanakan pengguna.

PROSES ANALISIS DAN PENGEMBANGAN PASAR

APP memberikan kerangka kerja bagi perencanaan kegiatan usaha hasil hutan dan hasil tanaman atau pepohonan. APP merupakan proses tahap demi tahap yang diatur dalam tiga tahapan dan menggunakan rangkaian perangkat yang dapat diadaptasi untuk mencapai hasil tertentu dalam pengembangan gagasan-gagasan usaha bisnis. APP merupakan proses pembaharuan yang secara sistematis memperhatikan masalah sosial dan lingkungan disamping masalah teknologi, komersial dan aspek keuangan dari pengembangan kewirausahaan.

Berikut ini adalah tiga tahapan dari proses APP

Tahap 1: Pengkajian situasi. Memahami pokok persoalan, penegasan perumusan masalah dan peluangnya, serta membuat ringkasan daftar produk

Tahap 2: Identifikasi produk, pasar dan cara pemasarannya. Menentukan produk unggulan dan mengumpulkan informasi mengenai pengembangan selanjutnya

Tahap 3: Perencanaan usaha untuk pembangunan berkelanjutan. Merumuskan rencana pengembangan usaha serta persiapan pelaksanaannya

KOTAK A.1

PROSES APPAPP*

TAHAP 1 PENGKAJIAN SITUASI

- Langkah 1 Menentukan kelompok sasaran
- Langkah 2 Menetapkan tujuan keuangan dari kelompok sasaran
- Langkah 3 Membuat daftar sumber daya dan produk
- Langkah 4 Memahami hambatan utama dari sistem pasar yang ada
- Langkah 5 Membuat daftar cakupan produk yang terpilih
- Langkah 6 Meningkatkan kesadaran tentang manfaat kerja kelompok

Hasil/Keluaran

- Sebuah daftar produk yang akan dinilai dalam tahap berikut dari proses APPAPP selanjutnya
- Pemahaman tentang kendala sosial, lingkungan dan teknis dari suatu rangkaian produk
- Pembentukan sebuah tim dari anggota kelompok sasaran untuk menjalankan Tahap-2

TAHAP 2 IDENTIFIKASI PRODUK, PASAR DAN CARA PEMASARANNYA

- Langkah 1 Analisis empat bidang pengembangan usaha
- Langkah 2 Pemilihan produk unggulan
- Langkah 3 Membentuk Kelompok-kelompok peminat untuk produk tertentu

Hasil/Keluaran

- Penetapan produk unggulan dan pengumpulan informasi guna merancang rencana pengembangan selanjutnya
- Pembentukan kelompok kerja untuk produk tertentu
- Pembentukan tim untuk pelaksanaan tahap 3

TAHAP 3 PERENCANAAN BIDANG USAHA UNTUK PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN

- Langkah 1 Mengkaji kondisi perdagangan dari produk unggulan atau kegiatan usaha tersebut
- Langkah 2 Menentukan misi, tujuan dan sasaran kegiatan usaha
- Langkah 3 Mengembangkan strategi untuk setiap bidang dari keempat bidang pengembangan usaha
- Langkah 4 Merumuskan rencana kegiatan untuk melaksanakan penerapan strategi
- Langkah 5 Menghitung proyeksi keuangan dari kegiatan usaha
- Langkah 6 Mendapatkan pembiayaan seperti yang ditetapkan dalam pernyataan kebutuhan modal dalam rencana keuangan
- Langkah 7 Memprakarsai tahapan uji coba dan pelatihan
- Langkah 8 Memantau setiap perkembangan yang terjadi dan menangani perubahan-perubahannya

Hasil/Keluaran

- Perumusan strategi usaha bagi produk unggulan
- Pengembangan sebuah rencana kegiatan atau rencana aksi
- Pembiayaan sebagaimana dinyatakan dalam perencanaan kebutuhan modal
- Penerapan sistem pengawasan dan perencanaan

* Silakan lihat pula gambar proses APPAPP dalam manual ini sebagai bentuk uraian grafis dari proses ini

Asumsi tata laksana panduan

- Cara kerja yang diperbaiki untuk membuat perencanaan bagi kegiatan usaha produk tanaman dan hasil hutan berkelanjutan yang diperlukan semua pihak, dari produsen hingga pabrikan serta pedagang, akibat adanya pertumbuhan jumlah rumah tangga yang melakukan kegiatan produksi untuk pasar.
- Anggota masyarakat tentu ingin meningkatkan taraf hidupnya, namun mereka juga menghadapi kendala yang terus meningkat yaitu menyusutnya sumber daya lingkungan mereka. Dampaknya, mereka perlu metode baru yang dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam memilih produk tanaman dan hasil hutan yang dapat dipanen dalam jangka panjang.
- Anggota masyarakat akan melestarikan dan melindungi sumber daya hutan bila mereka mendapatkan keuntungan secara ekonomis dari pemanfaatan hutan yang berkesinambungan
- Anggota masyarakat telah memutuskan untuk menjalankan kegiatan usaha yang menghasilkan pendapatan.

Tujuan Buku Panduan

- Menyediakan sebuah kerangka kerja bagi fasilitator dalam memahami, merencanakan dan mengembangkan usaha hasil tanaman dan hasil hutan yang memberikan penghasilan dan manfaat tanpa mengurangi nilai dari basis sumber dayanya.
- Untuk meningkatkan keahlian lembaga fasilitator (termasuk didalamnya adalah peningkatan keahlian individu staf proyek)
- Menyediakan teknik dan perangkat untuk merencanakan implementasi lapangan dari setiap tahapan proses
- Menghasilkan perangkat penelitian lapangan guna pengumpulan data yang diperlukan dalam implementasi proses APP
- Berbagi pengalaman dalam merancang dan menerapkan proses APP dalam beberapa kondisi yang berbeda di Asia selama 12 tahun belakangan ini

Siapa yang menggunakan buku panduan ini?

Panduan ini diperuntukan bagi **fasilitator** yang akan membantu **masyarakat setempat** dalam melaksanakan proses APP. Panduan ini menyediakan instruksi dan petunjuk lengkap dalam melakukan tahapan-tahapan proses APP.

Fasilitator dapat berasal dari unsur-unsur pemerintah yang bekerja sebagai staf penyuluhan, anggota LSM atau bahkan seorang profesional swasta (pengusaha atau karyawannya) yang ingin memadukan pengelolaan masalah sosial dengan sumber dayanya dalam kerja sama dengan mereka di masyarakat. Perangkat APP memberikan cakupan yang luas untuk memahami kondisi pasar dan meminimalisir kegagalannya. Metode ini juga mengurangi risiko penggunaan waktu dan biaya yang sia-sia dalam pengembangan usaha. Proses ini sangat

efektif dari sisi biaya dalam membantu pengembangan usaha yang dapat berkembang dengan layak.

Diasumsikan bahwa fasilitator telah memiliki pengetahuan dan keahlian yang diperlukan untuk menyesuaikan diri dalam menggunakan perangkat penilaian secara partisipatif (*participatory assessment tools*).

Masyarakat dimana fasilitator berkecimpung di dalamnya merupakan masyarakat yang memanfaatkan produk tanaman keras /pohon dan hasil hutan sebagai sumber mata pencahariannya. Mereka dapat berprofesi sebagai produsen, pelaku industri dan/atau pedagang. APP membuat mereka mampu merencanakan dan mengembangkan usaha secara wajar, adil dalam kaitannya dengan keberlanjutan ekologis, kepatutan sosial dan kelayakan usaha tanaman keras/pohon dan hasil hutan.

Tata cara penggunaan buku panduan

Penyajian Panduan

Panduan ini terdiri dari 6 buku, disertai dengan “peta” proses APP yang disampaikan secara terpisah. Peta tersebut menjelaskan tinjauan grafis mengenai 3 tahapan proses dan menunjukkan cara-cara memulai proses tersebut. Ringkasan isi dari masing-masing buku tersebut dijelaskan dalam bab ini. Dalam buku-buku tersebut diberikan petunjuk dan contoh-contoh guna memperjelas maksud dari konsep yang ada. Masalah-masalah yang perlu diperhatikan oleh fasilitator mengenai beberapa hal tertentu dalam proses akan disoroti dalam penjabarannya. Contoh-contoh dan hal penting tersebut akan ditandai dengan simbol tertentu (lihat tabel A.2). Daftar informasi yang harus diperoleh, daftar hal-hal yang sekiranya akan membantu fasilitator dan anggota masyarakat beserta analisisnya, disediakan dalam penjabaran ini. Contoh-contoh studi kasus dapat dilihat pada buku F. Contoh lainnya merupakan hasil dari pengalaman penerapan di Nepal, termasuk didalamnya adalah rancangan rencana usaha Koperasi Praja (Praja Cooperative) di Nepal.

KOTAK A.2

Simbol-simbol yang dipergunakan

- | | |
|----------|---|
| (symbol) | Simbol ini menandai contoh aplikasi APPAPP yang telah digunakan |
| (symbol) | Simbol ini menandai hal-hal penting yang patut diberi perhatian khusus oleh fasilitator |

Buku B menjelaskan bagian metodologi, sedangkan buku C,D dan E menguraikan tahapan-tahapan utama dalam kerangka kerja APP serta memberikan beberapa cara dan perangkat yang diperlukan untuk membimbing fasilitator dalam aplikasi penerapan metode ini. Guna memudahkan penggunaan panduan ini, setiap tahapan diberikan dalam masing-masing buku yang terpisah, sehingga para fasilitator cukup membawa buku yang diperlukan saja, sesuai dengan tahapan pelaksanaan yang akan dilakukan di lapangan.

Buku A. Panduan Pengguna

Buku panduan A memberikan gambaran mengenai kerangka kerja APP dan berisi tata cara pelaksanaan di lapangan. Panduan ini juga mengidentifikasi sasaran masyarakat pengguna yang diinginkan. Definisi istilah dalam panduan ini dijelaskan dalam lampiran 1.

Buku B. Pengantar: Menetapkan sasaran akhir yang ingin dicapai

Sebelum menggunakan APP, sangatlah penting untuk memiliki pemahaman mengenai alur proses dan hasil yang diharapkan. Dalam buku ini, semua prosesnya diperinci dan prinsip-prinsip dasarnya diuraikan. Di bagian ini juga akan diberikan daftar saran bacaan tambahan.

Buku C. Tahap 1: Pengkajian situasi saat ini

Sasaran dari tahap pertama proses APP adalah untuk memahami faktor-faktor utama dari kondisi yang ada seperti potensi usaha, sumber daya dan produk yang tersedia, serta pola pasarnya. Di akhir tahapan ini, prioritas produk yang paling layak diusahakan dan dikembangkan sudah mulai teridentifikasi.

Buku D. Tahap 2: Menentukan produk yang paling potensial untuk dikembangkan

Sasaran dari tahap kedua ini adalah pemilihan produk yang paling potensial dan mengumpulkan informasi mengenai pengembangan, identifikasi potensi pasar dan cara-cara pemasarannya. Di akhir tahapan, kelompok kerja akan dibentuk guna pengembangan produk-produk yang telah dipilih dan kemudian bersiap untuk tahap ketiga.

Buku E. Tahap 3: Perencanaan usaha untuk pembangunan berkelanjutan

Di tahap ketiga, fasilitator akan bekerja bersama anggotanya untuk membangun rencana pertumbuhan usaha, pembentukan strategi dari setiap bidang di keempat bidang pengembangan usaha serta menyusun rencana kerja guna persiapan implementasi. Kegiatan yang termasuk didalamnya adalah penentuan misi, tujuan, sasaran usaha, kajian untung rugi (profitability), dan penentuan kebutuhan modal awal usaha. Rencana pengembangan usaha ini akan digunakan untuk memperoleh pembiayaan. Panduan ini dipersiapkan untuk pengembangan strategi pemasaran dan pembentukan rencana pengembangan usaha.

Buku F. Studi kasus

Studi kasus di bagian ini menggambarkan penggunaan metode (APP) dalam menentukan produk dan pengembangan produk tanaman, hasil hutan dan hasil pekarangan yang berbasis usaha masyarakat di Viet Nam, dimana dalam aplikasinya dilakukan tanpa menyusutkan basis sumber daya hutan dan

lingkungan yang ada. Di sesi ini diperlihatkan penggunaan metode dan perangkat yang digunakan untuk memfasilitasi anggota kelompok.

Bagian dari buku panduan yang perlu dipergunakan

Setiap pengguna bisa saja memulai proses APP dari bagian yang dikehendakinya, tergantung dari kondisi masing-masing. Namun beberapa hal haruslah terjawab guna menentukan titik awal untuk memulainya.

Awal Proses

Umumnya, semua langkah dalam setiap tahapan APP harus dilalui, dan setiap tahapan tersebut harus dituntaskan sebelum memulai tahapan selanjutnya.

Namun demikian, dalam kondisi tertentu, bisa saja memulainya dari awal yang berbeda (lihat gambar proses APP)

- Bila kelompok sasaran telah ditetapkan, namun produk atau ide usahanya belum ditetapkan, bisa saja memulainya dari langkah 2 tahapan 1
- Bila produk dan ide usaha sudah ditetapkan namun kelompok sasarannya belum, maka bisa memulainya dari langkah 3 dan 5 di tahapan 1 serta langkah 2 dari tahapan 2.
- Bila kelompok sasaran telah ditetapkan, tujuan finansial dari anggota kelompok sudah jelas, mereka pun telah melakukan penyimpanan persediaan bahan baku, mereka juga telah memahami permasalahan pokok dari sistem pasar yang ada dan bahkan telah memilih produk potensialnya sebagai basis kegiatan usaha maka tahapan 1 dapat diabaikan dan langsung memulai proses di langkah 1 pada tahap 2.

Setelah menyelesaikan ketiga tahapan, maka perlu mengulangi kembali tahapan 3 sebagai pengawasan rutin dan perencanaan baru.

Lampiran 1 Istilah-Istilah

Pelaku: utama dan pendukung

Terdapat para pelaku diantara hubungan produsen hingga konsumen. Ada dua jenis pelaku disini yaitu pelaku utama, yang merupakan pelaku langsung dan bagian dari elemen rantai pasar produk (seperti, pemanen, pedagang, pemroses dan pengecer); dan pelaku pendukung, yang merupakan pelaku tidak langsung dan merupakan elemen yang memberikan pengaruh terhadap kondisi pasar dari suatu produk (seperti pembuat kebijakan, peneliti dan kelompok pemerhati lingkungan)

Para pelaku tersebut dapat merupakan perusahaan atau individu dari sektor swasta maupun publik. Sebagai contoh, pelaku utama dari produksi madu dapat terdiri dari para pemburu sarang dan peternak lebah, unit pemurnian pengemasan madu (yang mengumpulkan madu dari berbagai pemanen), pedagang grosir, serta pengecer.

Pelaku pendukung adalah individu atau organisasi yang membantu kelancaran arus perdagangan barang maupun jasa. Termasuk di dalamnya adalah bank yang memberikan pinjaman skala kecil bagi produsen madu, departemen teknis dari unsur pemerintahan yang memberikan dukungan pelatihan bagi peternak lebah, dan LSM lingkungan yang melatih produsen tersebut dalam teknik pemanenan yang ramah lingkungan.

Jalur Pengiriman (Delivery Channel)

Merupakan jalur pengiriman produk secara fisik hingga sampai ke tangan konsumen

Jalur Distribusi (Distribution Channel)

Bagi setiap produk yang ada, pelaku utama (produsen, pedagang dan konsumen) dan pelaku pendukung (kantor pemasaran bersama dan agen pemerintahan) melakukan penyebaran informasi dan menyalurkan produk dari produsen menuju ke konsumen. Mekanisme ini biasa disebut sebagai jalur distribusi. Mekanisme jalur distribusi ini melibatkan subyek perantara dan transportasi serta fasilitas pergudangan dalam mengantarkan produk dari produsen menuju ke konsumen.

Jalur distribusi ini terdiri dari jalur pasar (*market channel*), dan jalur distribusi (*delivery channel*) dimana hal ini dapat dimonitor melalui alur rantai pasar (*market chain*)

Pengusaha

Istilah pengusaha yang dimaksud dalam panduan ini merujuk pada pelaku yang berbeda-beda yang secara langsung mendapatkan manfaat dari penjualan produk tanaman keras dan hasil hutan. Pengusaha tersebut merupakan pelaku yang memanfaatkan produk tanaman dan hasil hutan sebagai sumber penghasilannya, dan bukan hanya sekedar untuk bertahan hidup. Mereka adalah para produsen, industrialis (yang melakukan proses produksi utama dari produk setengah jadi dan proses produksi sekunder untuk barang jadi), dan penjual di segala ukuran dan struktur legal dimana aktivitas perdagangan berjalan.

Fasilitator

Fasilitator merupakan individu yang bertugas membantu masyarakat dalam mencapai tujuan mereka. Peran fasilitator terbatas hanya pada penyediaan metode dan perangkat yang sesuai untuk membantu/mempermudah masyarakat dalam mencapai tujuan mereka.

Empat bidang pengembangan usaha

Proses APP meliputi empat bidang pengembangan usaha:

- pasar/ekonomi
- manajemen sumber daya/lingkungan
- sosial/kelembagaan
- ilmu pengetahuan dan teknologi

Pasar

Pasar yang dimaksud disini bukanlah suatu tempat, melainkan merupakan jaringan hubungan transaksi antara para pelaku yang ingin memenuhi kebutuhan dan memiliki dana untuk dipakai, dengan para pelaku yang memiliki sumber daya, produk dan jasa untuk ditawarkan.

Pasar disini juga merupakan keseluruhan permintaan terhadap suatu produk pada tingkat harga tertentu yang berlaku pada suatu tempat dan waktu, dengan kondisi dan standar tertentu (FAO, 1996). Permintaan ini terbentuk dari keperluan dan keinginan konsumen. Terdapat berbagai macam pasar yang berbeda untuk produk barang maupun jasa.

Pasar dapat menyediakan produk barang mentah (seperti rizoma kering untuk industri parfum), barang setengah jadi (seperti minyak esensial untuk digunakan dalam industri makanan), maupun barang jadi (seperti serbet dari serat alami yang bergelombang). Pasar yang ada dapat mencakup pangsa pasar lokal, regional, nasional atau bahkan internasional.

Mata Rantai Pasar (Market chain)

Rantai pasar (diagram alur/flow chart) menunjukkan pola pergerakan (dalam beberapa kasus dapat berupa kuantitasnya) produk yang dikelola oleh masing-masing pelaku pasar.

Saluran atau Jalur Pasar (Market channel)

Merupakan jalur dimana informasi disalurkan dari dan ke dalam pasar dan juga saluran dimana barang dijual. Jalur ini biasanya digolongkan dalam 2 kategori yaitu, jalur sentralisasi dan desentralisasi

Jalur pasar yang tersentralisasi merupakan jalur dimana petani atau pengumpul produk disatukan dalam suatu bentuk pasar yang besar. Disana, pengolah atau pedagang grosir akan membeli produk tersebut dari perantara. Misalnya, produk bahan dasar obat herbal yang tersebar di berbagai desa dikumpulkan di suatu tempat tertentu di daerah perkotaan dan kemudian dibeli oleh pihak pabrik obat herbal, maka hal ini disebut sebagai bentuk pasar yang tersentralisasi.

Jalur pasar yang terdesentralisasi tidak memerlukan bentuk pasar yang baku dan luas. Disini, setiap pengolah atau pedagang grosir umumnya membeli produk langsung dari para petani atau produsen kecil. Dalam hal ini, petani biasanya menjual produknya sendiri secara langsung. Misalnya ketika produsen madu menjual produknya langsung kepada pengumpul yang datang ke desanya, hal ini dikatakan sebagai bentuk pasar yang terdesentralisasi.

Lingkungan Pasar (Market environment)

Lingkungan pasar dapat didefinisikan sebagai semua hal yang menyangkut masalah ekonomi, politik, sosial budaya, teknologi dan faktor ekologis serta semua kondisi yang mempengaruhi permintaan, produksi, pemrosesan dan distribusi produk.

Pemasaran (Marketing)

Pemasaran pada dasarnya merupakan cara yang memungkinkan produsen memahami keinginan dan kebutuhan konsumennya serta menelaah hal-hal yang ditawarkan pesaingnya, lalu kemudian membantu mereka dalam melakukan pemenuhan kebutuhan konsumen tersebut. Terdapat berbagai macam pasar dan outlet untuk produk barang atau jasa.

Lokasi Pasar (Market place)

Adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi (FAO, 1996). Contohnya, suatu lokasi pasar dapat berupa suatu kelompok pertokoan yang menjual obat herbal di suatu kota besar, atau dapat juga berupa gudang pedagang obat herbal di pedesaan.

Produk/hasil

Produk adalah hasil keluaran barang dan jasa yang diperoleh dari masukan sumber daya atau faktor produksi yang digunakan untuk menghasilkan barang dan jasa tersebut (FAO, 1996). Tanaman di dalam hutan merupakan sumber daya alam di mana "batang tanaman keras" diambil. Pemotongan batang tersebut merupakan faktor produksi.

Sumber daya

Sumber daya dapat berupa bahan-bahan nabati, mineral dan hewani yang ada dalam hutan atau ekosistem alam lainnya sebelum proses pengambilan. Sumber-sumber bahan tersebut merupakan cadangan bagi produk yang potensial.

Produk/hasil tanaman keras dan hasil hutan

Terminologi ini digunakan dalam buku panduan untuk menjelaskan semua bahan biologis yang berasal dari ekosistem hutan. Produk tanaman dan hasil hutan ini meliputi tanaman hias, obat herbal dan tanaman pangan, seperti bumbu-bumbu dan kacang-kacangan; produk pangan hewani seperti sarang burung dan madu; produk hewani non pangan, seperti kulit atau tanduk; produk perasan dan sari tetesan/cairan seperti minyak sari pati; damar atau aspal serta bahan pewarna celupan; produk serat-seratan seperti bambu dan rotan. Produk berbasis kayu seperti kerajinan juga termasuk di dalamnya. Produk yang berasal dari lahan pertanian dan kebun kecil seperti jeruk dan buah-buahan lainnya serta tanaman herbal, juga masuk dalam kategori ini.

Kayu gelondongan yang diproduksi serta dipasarkan oleh masyarakat lokal (dalam kaitannya dengan aktivitas kehutanan masyarakat) juga masuk dalam terminologi produk. Sebaliknya, jenis eksotis (yang dimasukkan dari luar) seperti eucalyptus (kayu putih) dan kayu gelondongan industri atau pulp (bubur kayu) yang diproduksi hutan tanaman yang besar tidak termasuk dalam kategori terminologi ini.

Lampiran 2 Daftar Singkatan

CIFOR	Center for International Forestry Research
CITES	Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora
DFO	district forest officer
EC	executive committee
FUG	forest user group
GTZ	German Agency for Technical Cooperation
IFSP	Integrated Food Security Project
INGO	International Non-governmental Organization
IUCN	World Conservation Union
MIS	marketing information system
NEDA	Netherlands Development Assistance
NGO	Non-governmental Organization
NTFP	non-timber forest product
ODA	Overseas Development Administration
PCDP	Praja Community Development Programme
PRA	Participatory Rural APPraisal
RECOFTC	Regional Community Forestry Training Center
ROI	return on investment
RRA	Rapid Rural Appraisal
SCO	savings and credit organization
SEAGA	Socioeconomic and Gender Analysis Programme
SEACOW	School for Ecology, Agriculture and Community Works
SMART	Specific, Measurable, Appropriate, Realistic, Time-bound
SNV	Netherlands Development Organization
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
VDC	Village Development Committee