

HUTAN PRODUKSI

Mengubah Keunggulan Komparatif Menjadi Keunggulan Kompetitif

Oleh
Moch. Toha MB.

Departemen Kehutanan dan Perkebunan

1. Dimasa lalu, sektor kehutanan mampu mmberikan kontribusi yang penting bagi pertumbuhan ekonomi karena kita memanfaatkan keunggulan komparatif (*comparative advantage*) berupa hutan alam yang luas, subur, kaya jenis (*species*) dengan riap dan volume tinggi, letak strategis, aksesibilitas yang tinggi dan sumberdaya manusia yang murah. Saat ini potensi hutan alam cenderung terus menurun akibat eksploitasi yang terus menerus. Di sisi lain, luas hutan alam pun semakin berkurang akibat konversi untuk keperluan pembangunan di luar sektor kehutanan maupun kerusakan akibat penebangan liar, kebakaran dan sebagainya.
2. Memasuki millenium ketiga yang serba kompetitif, maka posisi keunggulan komparatif tidak akan bisa bertahan dan mau tidak mau harus dirubah atau bergeser ke posisi keunggulan kompetitif (*competitive advantage*). Ciri-ciri keunggulan kompetitif adalah :
 - a. **Unggulan jenis yang terpilih.** Jenis yang dikembangkan harus mempunyai kekhasan yang tidak dimiliki oleh negara lain. Indonesia mempunyai beberapa jenis asli yang bernilai ekonomis tinggi, antara lain Meranti Merah, Jati, Tusam, Mahoni, Pulai, Sungkai dan *Acacia mangium*.
 - b. **Mutu terjamin (*quality*).** Konsumen akan mencari produk yang lebih seragam dan bermutu tinggi. Hutan kita harus mampu menghasilkan produk yang bermutu tinggi dan lebih seragam dalam bentuk dan ukuran.
 - c. **Keunggulan produksi yang berkelanjutan (*contunuity*).** Untuk memelihara pangsa pasar maka jaminan kepastian produk yang kontiniu menjadi salah satu tutntutan konsumen. Untuk mencapai produksi yang berkelanjutan, hutan dikelola secara sustainable dan dengan cara-cara yang lebih terukur.
 - d. **Keunggulan volume yang terukur (*accuracy*).** Volume produk yang ditawarkan harus lebih terukur, sehingga memudahkan konsumen atau industri untuk menentukan kapasitas pengolahannya menjadi barang jadi yang siap dipasarkan.

- e. **Harga yang kompetitif.** Konsumen akan mencari harga termurah. Dengan faktor alam yang sangat baik, membantu kita untuk menjual produk dengan harga kompetitif.
3. Masalahnya adalah bagaimana mencapai keunggulan kompetitif tersebut?. Untuk mencapai posisi tersebut, strategi yang harus diterapkan adalah membangun hutan tanaman. Dengan memiliki hutan tanaman maka ciri-ciri keunggulan kompetitif akan mudah tercapai. Kita bisa mengembangkan jenis unggulan dengan mutu, produktivitas, kontinuitas dan akurasi yang lebih tajam dengan harga yang lebih kompetitif. Dengan memiliki 20 juta hektar hutan tanaman (32 % dari total hutan produksi), kita dapat memanen 200 juta m³ per tahun. Ini berarti pada tahun 2020 Indonesia menjadi lumbung kayu dunia. Hutan alam produksi sisanya seluas 44 juta hektar dapat dijadikan cadangan hutan produksi atau dipertahankan untuk pendukung mega diversity dan ekowisata.
4. Untuk membangun hutan tanaman yang berkualitas, diperlukan syarat-syarat sebagai berikut:
- Kemantapan kawasan hutan dalam luasan tertentu yang diakui secara *de facto* dan *de jure*.
 - Mengutamakan jenis-jenis unggulan tertentu yang mempunyai keunggulan pasar yang jelas, baik untuk kayu perkakas (antara lain jati, pinus, mahoni, meranti, pulai, sungkai) maupun pulp (antara lain *Acacia mangium*, *Eucalyptus*).
 - Dikelola oleh badan usaha atau institusi yang handal dan mandiri secara intensif.
 - Profesional dalam pengertian memiliki komitmen dalam mencapai azas peningkatan hasil yang lestari (*progressive sustained yield*), kemampuan memperoleh keuntungan (*profitability*) dan kesejahteraan masyarakat (*social prosperity*) secara serasi, seimbang dan berkelanjutan.
5. Pada akhirnya perlu diungkapkan bahwa tidak ada satupun negara di dunia yang memproduksi kayu secara berkelanjutan dengan hanya bertumpu pada pengelolaan hutan alam. Posisi keunggulan kompetitif melalui pengembangan hutan tanaman secara profesional telah lama diraih oleh negara-negara antara lain : Finlandia, Swedia, Jerman, New Zealand, Australia, Jepang, Amerika Serikat, Kanada, Afrika Selatan dan segera menyusul negara-negara Amerika latin. Bagaimana Indonesia? Hanya dengan niat (kemauan politik), komitmen keunggulan, konsistensi dan profesionalisme, Indonesia akan menyusulnya.

HUTAN INDONESIA
STRATEGI MENGUBAH KEUNGGULAN KOMPARATIF (*Comparative Advantage*)
MENUJU KEUNGGULAN KOMPETITIF (*Competitive Advantage*)

