

**ORIENTASI PASARAN DALAM INDUSTRI  
KAYU *ALBIZIA* DI INDONESIA**

**MARSUSI**

**DOKTOR FALSAFAH  
UNIVERSITI UTARA MALAYSIA**

**Oktober 2010**

**ORIENTASI PASARAN DALAM INDUSTRI  
KAYU *ALBIZIA* DI INDONESIA**

**Oleh**

**MARSUSI**

**Thesis diserahkan kepada Kolej Undang-Undang, Kerajaan dan Pengajian  
Antarabangsa, Universiti Utara Malaysia bagi Memenuhi Keperluan Pengijazahan  
Program Ijazah Doktor Falsafah**



Kolej Undang-Undang, Kerajaan dan Pengajian Antarabangsa  
(College of Law, Government and International Studies)  
Universiti Utara Malaysia

**PERAKUAN KERJA TESIS / DISERTASI**  
(Certification of thesis / dissertation)

Kami, yang bertandatangan, memperakukan bahawa  
(We, the undersigned, certify that)

**MARSUSI (90809)**

Ph.D

calon untuk Ijazah  
(candidate for the degree of)

telah mengemukakan tesis / disertasi yang bertajuk:  
(has presented his/her thesis / dissertation of the following title):

**"ORIENTASI PASARAN DALAM INDUSTRI KAYU ALBIZIA DI INDONESIA"**

seperti yang tercatat di muka surat tajuk dan kulit tesis / disertasi.  
(as it appears on the title page and front cover of the thesis / dissertation).

Bahawa tesis/disertasi tersebut boleh diterima dari segi bentuk serta kandungan dan meliputi bidang ilmu dengan memuaskan, sebagaimana yang ditunjukkan oleh calon dalam ujian lisan yang diadakan pada : **29 Jun 2010**

*That the said thesis/dissertation is acceptable in form and content and displays a satisfactory knowledge of the field of study as demonstrated by the candidate through an oral examination held on: 29 June 2010*

Pengerusi Viva  
(Chairman for Viva)

: PROF. DR. ABDUL RAHMAN ABDUL AZIZ

Tandatangan  
(Signature)

Pemeriksa Luar  
(External Examiner)

: PROF. DR. MOHAMMAD SAID ZAINOL

Tandatangan  
(Signature)

Pemeriksa Dalam  
(Internal Examiner)

: PROF. DR. MOHAMMAD BASIR SAUD

Tandatangan  
(Signature)

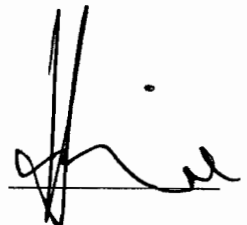
Tarikh: **29 JUN 2010**  
(Date)

Nama Pelajar  
(Name of Student) : MARSUSI

Tajuk Tesis  
(Title of the Thesis) : "ORIENTASI PASARAN DALAM INDUSTRI KAYU ALBIZIA DI INDONESIA"

Program Pengajian  
(Programme of Study) : Ph.D

Nama Penyelia/Penyelia-penyelia : PENYELIA-  
PROF. DR. MOHAMAD HANAPI B.  
MOHAMAD

  
Tandatangan  
(Signature)

## **PENGESAHAN TERHADAP KERJA TESIS**

Adalah dengan ini saya mengakui segala penulisan dalam tesis ini adalah hasil daripada penyelidikan yang dilakukan sendiri dan bertanggungjawab terhadapnya kecuali nukilan, petikan dan ringkasan yang tiap satunya telah dinyatakan sumber rujukan.

Sekian

MARSUSI

Oktober 2010

## **KEBENARAN PENGGUNAAN**

Tesis ini merupakan keperluan pengijazahan pasca siswazah Kolej Undang-Undang, Kerajaan dan Pengajian Antarabangsa, Universiti Utara Malaysia. Saya dengan ini bersetuju memberi kebenaran kepada Perpustakaan Universiti bagi mempamerkan tesis ini bagi tujuan rujukan. Saya juga bersetuju memberi kebenaran kepada Penyelia saya atau Dekan Pengajian Siswazah dan Penyelidikan (jika tanpa kehadiran mereka) membuat salinan sebahagian atau sepenuhnya tesis ini dalam apa jua cara bagi tujuan kesarjanaan. Adalah difahamkan bahawa sebarang penyalinan atau penerbitan tesis ini bagi memperoleh faedah kewangan mesti terlebih dahulu mendapat kebenaran bertulis daripada pihak kolej dan universiti. Penghargaan yang sewajarnya juga haruslah diberikan kepada Universiti Utara Malaysia untuk sebarang penggunaan bahan yang terdapat dalam tesis ini bagi tujuan ilmiah.

Permohonan untuk membuat salinan atau penggunaan bahan dalam tesis ini, sama ada sepenuhnya atau sebahagian, perlulah dialamatkan kepada:

Dekan  
Penyelidikan dan Pengajian Siswazah  
Kolej Undang-Undang, Kerajaan dan Pengajian Antarabangsa  
Universiti Utara Malaysia  
06010 Sintok  
Kedah Darul Aman

## ABSTRAK

Kemampuan pasar kayu dunia dalam menyerap keluaran hasil hutan Indonesia terbukti telah menempatkan kehutanan, sebagai antara sektor penting dalam proses pembangunan nasional. Arus globalisasi yang melanda dunia telah merubah perilaku hubungan pengeluar-pengguna berkaitan dengan keberadaan hutan tropika di Indonesia.

Adanya krisis ekonomi yang melanda dunia telah menyebabkan para pengusaha industri kayu hutan alam di Indonesia berada dalam ketidakpastian.. Tambahan pula Otonomi Daerah (berdasarkan Undang-Undang No. 2 Tahun 1999), pengurusan hutan berubah dari pusat ke daerah-daerah distrik. Perubahan ini tidak diikuti dengan petunjuk yang jelas. Akibatnya pengurusan hutan semakin hancur seperti terjadinya penebangan liar, meningkatnya praktek penyelundupan kayu bulat, laju perusakan hutan semakin cepat dan hutan semakin rusak.

Pada keadaan seperti itu menyebabkan pengusaha kayu berpaling dari memanfaatkan kayu dari hutan alam ke arah kayu hutan tanaman. Mulai saat itu perusahaan kayu tanaman *Albizia* semakin berkembang.

Di dalam perniagaan kayu *Albizia* harus tepat dalam memilih model prestasi pemasaran. Hal ini agar boleh bersaing dan boleh menjaga prestasi perniagaan. Untuk itu kajian ini memilih Model ialah Orientasi Pasaran. Penerapan Orientasi Pasaran daripada perniagaan kayu tanaman *Albizia* bertujuan, iaitu untuk mengenal pasti sejauh mana pengaruh faktor-faktor *antecedence* terhadap Orientasi Pasaran. Untuk mengenal pasti sejauh mana Orientasi Pasaran mempengaruhi prestasi perniagaan. Untuk mengenal pasti sejauh mana faktor-faktor luar iaitu gejala pasar, pertumbuhan pasar, persaingan dan perkembangan teknologi mempengaruhi hubungan antara Orientasi Pasaran dengan prestasi perusahaan.

Penyelidikan ini termasuk kajian sampel. Jumlah populasi iaitu 182 individu. Jumlah sampel yang diambil ialah 158 individu. Penyelidikan ini termasuk kajian *cross sectional*. Reka bentuk kajian ialah deskriptif, kuantitatif, korelasional. Metod analisis ialah analisis regresi.

Hasil penyelidikan boleh ditunjukkan iaitu ada hubungan yang positif dan signifikan antara Orientasi Pasaran dengan prestasi perniagaan. Apabila Orientasi Pasaran diterapkan, maka akan terjadi kenaikan prestasi perniagaan sebesar 33.9 peratus (33.9%). Ada hubungan positif dan signifikan antara pimpinan perusahaan dengan orientasi pasaran. Pimpinan perusahaan dapat menaikkan nilai Orientasi Pasaran sebesar 2.3 peratus. Ada pengaruh positif tetapi tidak signifikan diantara formalisasi, departementalisasi dan sentralisasi dengan Orientasi Pasaran. Ada pengaruh negatif

tetapi tidak signifikan di antara konflik antara departemen dengan Orientasi Pasaran. Ada pengaruh positif tetapi tidak signifikan di antara hubungan antara departemen dan sistem ganjaran dengan Orientasi Pasaran. Ada pengaruh positif tetapi tidak signifikan antara gejolak pasar dan pertumbuhan pasar dengan Orientasi Pasaran-prestasi perniagaan. Ada pengaruh positif dan signifikan antara persaingan dan perkembangan teknologi dengan Orientasi Pasaran-prestasi perusahaan. Masing-masing dapat menaikkan nilai Orientasi Pasaran-prestasi perusahaan sebesar 54.9 perarus dan 51.9 peratus.

Penerapan model pemasaran Orientasi Pasaran baik untuk dilaksanakan pada perniagaan industri kayu *Albizia* di Indonesia.

## **ABSTRACT**

*Capability of world wood market in permeating the products of Indonesian forest product, proven have placed forestry as important sector in national development. Globalization which knock over world have change of producer behavior and consumer. Including industrial marketing of wood in Indonesia.*

*Presence of economic crisis which knock over world have caused all industrial entrepreneur of natural forest wood in Indonesia stay in uncertainly. Existence of Area Autonomy (pursuant to Law of No.2 Year 1999), forest management change from center to sub-province areas. This change is not follow with clear guide. As a result forest management progressively to dissolved. The happening of wild hewing, the increasing of smuggling practice of log, disforested faster and forest progressively to dissolved.*

*That condition cause of entrepreneur of wood look away from exploiting wood of natural forest up to plant forest wood. Begin to that moment, the plant wood business of Albizia progressively expand.*

*In business of Albizia plant wood have to precisely in chosening Marketing Orientation model. This matter so that may win in competition and may take care of business performance. For that this study chosen model that is Market Orientation. Election of Market Orientation than Albizia wood business aim to recognize surely how far influence of antecedence factors to Market orientation. To recognize surely how far Market Orientation influence to business performance. To recognize surely how far external factors that is market turbulence, market growth, competitiv intensity and technology turbulence influence relation between Market Orientation with business performance.*

*This research including of sample study. Number of its population is 182 individual. Number of sample taken 158 individual. This research is including cross sectional study. Study design is descriptive, quantitative, correlational. Its analysis method is regression analysis.*

*The result of this research is shown that there is positive relation and significant between Market Orientation with business performance. If Market Orientation applied hence will happened increase of business performance up to 33.9 percent. There is positive relation and significant between company head with Market Orientation. Company head can increase the value of Market Orientation up to 2.3 percent. There is positive influence but not significant between formalization, departmentalization and centralization of organizational system with Market Orientation. There is negative influence but not significant between interdepartment*

*conflict with Market Orientation. There is positive influence but not significant between interdepartment connected and reward system with Market Orientation. There is positive influence but not significant between market turbulence and market growth with Market Orientation – business performance. There is a positive and significant influence between competitiv intensity and technology turbulence with Market Orientation- business performance. Each can increase of Market Orientation value- business performance up to 54.9 percent and 51.9 percent. The application of marketing model of Market Orientation good to executed at industrial business of Albizia wood in Indonesia.*

## PENGHARGAAN

Dengan lafaz Alhamdulillah, saya berjaya menyelesaikan tesis ini untuk memperoleh gelaran doktor falsafah. Rasanya telah banyak tenaga dan kos yang saya keluarkan untuk menyelesaikan tesis ini. Rasanya tidak percaya saya boleh menyelesaikan tesis ini tanpa bantuan daripada pelbagai pihak. Oleh kerana itu, pada halaman ini saya ingin menyampaikan penghargaan kepada pelbagai pihak yang telah membantu saya. Yang pertama, saya ingin menyampaikan penghargaan kepada Rektor Universitas Negeri Sebelas Maret di Surakarta, Indonesia yang telah mengirim dan membiayai saya untuk mengambil program doktor falsafah di Universiti Utara Malaysia (UUM), Sintok, Kedah, Darul Aman, Malaysia. Berkat bantuan beliau saya telah berjaya meraih gelaran Doktor Falsafah (PhD) di Universiti Utara Malaysia.

Yang kedua, saya ingin menyampaikan penghargaan kepada Naib Canselor Universiti Utara Malaysia dan Dekan Kolej Undang-Undang, Kerajaan dan Pengajian Antarabangsa yang telah menerima saya untuk menjadi siswazah di UUM dan menempuh program ijazah doktor falsafah (PhD). UUM telah menerima saya dengan baik dan menyediakan suasana belajar yang sangat baik. Selain telah memberi gelar Doktor Falsafah kepada saya, UUM telah membuka wawasan keilmuan saya.

Yang ketiga, saya ingin menyampaikan penghargaan kepada Prof. Dr. Mohammad Hanapi Mohammad (UUM) yang telah bersedia menjadi penyelia utama. Bimbingan dan arahan beliau menjadikan saya lebih memahami cara untuk menyelesaikan tesis

saya. Penghargaan juga saya sampaikan kepada Dr. Asmat Nizam Abdul Talib (UUM) yang telah bersedia menjadi penyelia ke dua. Bimbingan dan arahan beliau menjadikan saya lebih memahami cara untuk menyelesaikan tesis saya. Penghargaan juga saya sampaikan kepada Prof. Drs. Suranto, M.Sc. PhD (UNS) yang telah bersedia menjadi penyelia sampingan. Kerana bimbingan dan arahan beliau pula menjadikan saya lebih memahami cara untuk menyelesaikan tesis saya.

Yang keempat saya ingin memberikan penghargaan kepada Prof. Dr. Abdul Rahman Abdul Aziz selaku pengerusi, Prof. Dr. Mohammad Said Zainol sebagai pemeriksa luar dan Prof. Madya Dr. Mohammad Basir Saud sebagai pemeriksa dalaman sewaktu saya melaksanakan viva.

Yang kelima, penghargaan saya berikan kepada Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FMIPA), UNS terutama kepada jurusan Biologi, yang telah memberikan bantuan dan memberikan kesempatan saya, sehingga saya boleh mencurahkan tenaga dan fikiran untuk menyelesaikan pengajian di UUM dan memperoleh gelaran doktor falsafah.

Yang keenam, saya juga memberikan penghargaan kepada keluarga Prof. Dr. Mohammad Hanapi Mohammad yang telah memberikan dorongan dan semangat kepada saya, sehingga saya boleh menyelesaikan tesis ini.

Yang ketujuh, saya ingin memberikan penghargaan kepada teman-teman siswazah program doktor falsafah di UUM dari UNS, kerana kerjasama yang baik sehingga saya boleh menyelesaikan tesis ini, terutama kepada Drs. Puguh Karyanto, M.Si, Drs.

Najib Imanullah, M.Si, Drs. Adib, M.Si dan Ir. Ropingi, M.Si (arwah), saya mengucapkan terima kasih atas kerjasamanya dengan baik sehingga segalanya menjadi lebih mudah.

Yang terakhir, kepada isteri tercinta dan anak-anak tersayang saya ingin memberikan penghargaan atas kerelaan dan kesabarannya. Pembiayaan hidup dikurangkan untuk menambah bekal kos saya di UUM Malaysia, berkali-kali saya tinggal kerana belajar ke UUM Malaysia, semua itu demi menyelesaikan tesis dan memperoleh gelaran doktor falsafah dari UUM. Semoga kejayaan saya memperoleh gelaran doktor falsafah ini boleh menjadi hadiah atas kerelaan dan kesabaran kalian semua. Khususnya kepada anak-anak saya, saya memperoleh gelaran doktor falsafah pada usia yang sudah tua. Ini perlu kalian jadikan contoh, bahawa kita belajar sepanjang hidup, jangan pernah menyerah kepada kesulitan dalam menempuh cita-cita. Allah SWT selalu memberikan redha-Nya kepada umat-Nya yang selalu berusaha.

## SENARAI KANDUNGAN

HALAMAN JUDUL	
PERAKUAN KERJA TESIS	
PENGESAHAN TERHADAP KERJA TESIS .....	i
KEBENARAN PENGGUNAAN .....	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	v
PENGHARGAAN .....	vii
SENARAI KANDUNGAN .....	x
SENARAI RAJAH .....	xvi
SENARAI JADUAL.....	xvii
SENARAI SINGKATAN.....	xix
SENARAI LAMPIRAN .....	xx
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 PENGENALAN.....	1
1.2 LATAR BELAKANG .....	2
1.2.1 Konsep Pengurusan Pemasaran .....	5
1.2.2 Model Prestasi Pemasaran .....	10
1.3 PERMASALAHAN KAJIAN .....	11
1.4 PERTANYAAN PENYELIDIKAN .....	13
1.5 OBJEKTIF PENYELIDIKAN.....	14
1.6 MANFAAT PENYELIDIKAN .....	16
1.7 SKOP PENYELIDIKAN.....	17

1.7.1	Masa Penyelidikan .....	18
1.7.2	Tempat Penyelidikan .....	18
1.8	BATASAN PENYELIDIKAN .....	19
1.9	RINGKASAN .....	22
	<b>BAB 2 SOROTAN LITERATUR.....</b>	<b>25</b>
2.1	PENGENALAN.....	25
2.2	TINJAUAN PUSTAKA .....	26
2.2.1	Pemasaran .....	26
2.2.1.1	Proses pengurusan pemasaran.....	30
2.2.1.2	Memilih pasar sasaran.....	33
2.2.1.3	Mengembangkan pembauran pasaran .....	34
2.2.1.4	Mengelola usaha pemasaran .....	35
2.2.2	Kajian-Kajian Orientasi Pasaran.....	38
2.2.3	Kebijaksanaan Saluran Penedaran .....	41
2.2.3.1	Pengertian dan erti penting .....	41
2.2.3.2	Bentuk-bentuk saluran pendedaran.....	43
2.2.4	Organisasi dan Kepemimpinan .....	46
2.2.4.1	Organisasi .....	46
2.2.4.2	Kepemimpinan.....	53
2.2.5	Industri Perdagangan Kayu Hutan .....	55
2.2.5.1	Jenis-jenis kayu yang dikeluarkan dari kerajaan China.	56
2.2.5.2	Jenis-jenis kayu yang dikeluarkan dari kerajaan India ..	57
2.2.5.3	Jenis-jenis kayu yang dikeluarkan dari kerajaan Jepun ..	58
2.2.5.4	Jenis-jenis kayu yang dikeluarkan dari kerajaan Malaysia	58
2.2.5.5	Jenis-jenis kayu yang dikeluarkan dari negara Vietnam.	60

2.2.5.6	Jenis-jenis kayu yang dikeluarkan dari negara Indonesia	60
2.2.5.7	Perkembangan industri kayu di Indonesia .....	62
2.2.5.8	Jenis kayu perdagangan, sifat dan pemanfaatannya.....	68
2.2.6	Industri Perdagangan Kayu <i>Albizia</i> .....	70
2.2.6.1.	P T Daya Sempurna Cellulosatama .....	71
2.2.6.2.	C V Hasil Bumi.....	72
2.2.6.3	P T Dharma Satya Nusantara.....	72
2.2.6.4	P T Bu Jeon .....	73
2.2.7	Pengelolaan Tanaman <i>Albizia</i> .....	74
2.2.7.1	Syarat-syarat kayu yang boleh ditampung pihak industri	74
2.2.7.2	Profil <i>Albizia</i> .....	74
2.3.	PENYELIDIKAN TERDAHULU.....	94
2.4.	RINGKASAN .....	96
<b>BAB 3</b>	<b>KERANGKA TEORI</b> .....	<b>99</b>
3.1	Pengenalan.....	99
3.2	TEORI-TEORI PRESTASI PEMASARAN.....	99
3.2.1	Teori Keberkesanan Pemasaran .....	100
3.2.2	Teori Orientasi Pasaran.....	100
3.2.3	Teori Pemasaran Audit .....	101
3.2.4	Teori Kaji Ulang Pemasaran Terbaik .....	101
3.2.5	Teori Pemeriksaan Pemasaran .....	101
3.2.6	Teori Pembaharuan Pemasaran.....	102
3.3	KAJIAN TENTANG ORIENTASI PASARAN .....	102
3.4.	KONSEP OPERASIONAL .....	104
3.5.	HIPOTESIS PENGEMBANGAN .....	106

3.5.1. Orientasi Pasaran dan Prestasi Perusahaan .....	106
3.5.2. <i>Antecedence</i> dan Orintasi Pasaran .....	106
3.5.2.1. Faktor pimpinan perusahaan .....	107
3.5.2.2. Sistem organisasi .....	107
3.5.2.3. Hubungan antara jabatan.....	108
3.5.2.4. Sistem ganjaran .....	109
3.5.3. Faktor Penyederhana dan Orientasi Pasaran-Prestasi Perusahaan.	110
3.5.3.1. Gejolak pasaran.....	110
3.5.3.2. Pertumbuhan pasaran .....	110
3.5.3.3. Persaingan .....	111
3.5.3.4. Perkembangan teknologi.....	111
3.6 RINGKASAN.....	112
<b>BAB 4 KAEDAH PENYELIDIKAN.....</b>	<b>114</b>
4.1 PENGENALAN.....	114
4.2 HUBUNGAN ANTARA FAKTOR-FAKTOR YANG AKAN DIKAJI...	114
4.3 REKABENTUK KAJIAN .....	117
4.4. INFORMASI DAN DATA.....	120
4.5 JADUAL MENGUMPUL DATA .....	120
4.6. TEKNIK MENGUMPUL DATA.....	121
4.7 POPULASI DAN SAMPEL .....	121
4.7.1 Populasi .....	121
4.7.2 Sampel .....	121
4.7.2.1 Meningkatkan berjimat kajian .....	122
4.7.2.2 Meningkatkan ketelitian.....	123
4.7.2.3 Mengurangi kerosakan objek yang dikaji .....	123

4.8	PENENTUAN PEMBOLEHUBAH.....	123
4.9	HIPOTESIS.....	127
4.10	BORANG SOAL SELIDIK.....	129
4.11	CARA ANALISIS DATA.....	131
4.12	RINGKASAN.....	134
	<b>BAB 5 ANALISIS DATA.....</b>	<b>136</b>
5.1	Pengenalan.....	136
5.2	PORTOFOLIO PENGUSAHA INDUSTRI PERDAGANGAN KAYU <i>Albizia</i> .....	136
5.2.1	Berdirinya Industri Kayu <i>Albazia</i> .....	136
5.2.2	Penggunaan Kawasan Lapang Untuk Berdirinya Industri .....	138
5.2.3	Jumlah Kakitangan Yang Bekerja.....	138
5.2.4	Masa Untuk Bekerja .....	138
5.2.5	Manfaat Kayu Yang Dipengedaran.....	138
5.2.6	Bantuan Kerajaan.....	139
5.2.7	Keadaan Politik Dan Ekonomi Global.....	139
5.3	KAJIAAN PENGARUH ORIENTASI PASARAN TERHADAP PRESTASI PERUSAHAAN .....	140
5.3.1	Kajian Hipotesis 1.....	140
5.3.2	Kajian Hipotesis Ia.....	144
5.3.3	Kajian Hipotesis Ib .....	146
5.4	KAJIAN PENGARUH FAKTOR-FAKTOR <i>ANTESEDENCE</i> TERHADAP ORIENTASI PASARAN .....	149
5.4.1	Hipotesis Tentang Pimpinan Perusahaan dengan Orientasi Pasaran	153
	5.4.1.1 Mengetahui Hubungan Antara Kehendak Pelanggan Dengan keadaan Pimpinan Perusahaan .....	154
5.4.2	Hipotesis Tentang Sistem Organisasi dengan Orientasi Pasaran Perusahaan .....	156

5.4.2.1	Formalisasi .....	156
5.4.2.2	Sentralisasi .....	157
5.4.2.3	Departementalisasi .....	158
5.4.3	Hipotesis Dinamika Antara Jabatan Dengan Orientasi Pasaran .....	158
5.4.3.1	Konflik antara jabatan.....	159
5.4.3.2	Hubungan antara jabatan.....	160
5.4.4	Hipotesis Tentang Sistem Ganjaran Dengan Orientasi Pasaran Perniagaan Kayu Tanaman <i>Albizia</i> .....	161
5.5	<b>KAJIAN FAKTOR-FAKTOR PENYEDERHANA TERHADAP ORIENTASI PASARAN –PRESTASI PERUSAHAAN.....</b>	<b>164</b>
5.5.1	Menguji faktor gejala pasaran .....	168
5.5.2	Menguji faktor pertumbuhan pasaran .....	169
5.5.3	Menguji faktor persaingan .....	170
5.5.4	Menguji faktor perkembangan teknologi .....	171
5.6.	RINGKASAN.....	173
<b>BAB 6</b>	<b>DAPATAN, PEMBINCANGAN, CADANGAN.....</b>	<b>175</b>
6.1.	PENGENALAN.....	175
6.2	DAPATAN KAJIAN .....	176
6.3	PERBINCANGAN .....	178
6.4	SYOR.....	182
6.5	RINGKASAN.....	184
<b>BAB 7</b>	<b>KESIMPULAN .....</b>	<b>186</b>
	RUJUKAN .....	192
	LAMPIRAN	

## SENARAI RAJAH

Rajah 1	Jaringan Ekspansi Pasar atau Pengeluaran .....	32
Rajah 2	Perencanaan Organisasi dan Pengendalian .....	38
Rajah 3	Hubungan Antara <i>Antecedence</i> , OP, Penyederhana dan Prestasi Perusahaan .....	41
Rajah 4	Saluran Pengedaran Barang Konsumsi .....	45
Rajah 5	Saluran Pengedaran Barang Industri .....	45
Rajah 6	Piramida Pengurusan .....	49
Rajah 7	Hubungan antara tingkat pengurus dengan kemahiran pengurus .....	50
Rajah 8	Pejabat Mengikuti Fungsi .....	51
Rajah 9	Penjabatan Mengikuti Pengeluaran atau Jasa .....	52
Rajah 10	Penjabatan Mengikut Lokasi.....	52
Rajah 11	Penjabatan Mengikut Matrik.....	52
Rajah 12	<i>Antecedence</i> , OP, Penyederhana, Konsekuen .....	105

## SENARAI JADUAL

Jadual 1	Model Prestasi Pemasaran .....	10
Jadual 2	Perkembangan Industri Penggajian dan Kayu Lapis di Indonesia	64
Jadual 3	Perkembangan Pengeluaran Kayu Bulat, Gergajian dan Kayu Lapis	66
Jadual 4	Klasifikasi Kekuatan Kayu Indonesia.....	68
Jadual 5	Klasifikasi Keawetan Kayu Indonesia .....	69
Jadual 6	Syarat-syarat Kayu yang Ditetapkan Pihak Industri.....	74
Jadual 7	Sinonim Nama <i>Albizia</i> Baik Nama Daerah dan Nama Botani .....	75
Jadual 8	Perbandingan Kayu <i>Albizia</i> dengan Jenis-jenis Kelas Diatasnya (misal jati, eboni, cendana bangkirai, dll).....	90
Jadual 9	Perbandingan Kayu <i>Albizia</i> dengan Jenis-jenis Kayu Sekelas (misal keruing, kamfer, jelutung, dll) .....	91
Jadual 10	Penyelidikan Orientasi Pasaran pada Beberapa Negara .....	94
Jadual 11	Perkembangan Konsep Pemasaran .....	100
Jadual 12	Bahan-bahan yang Mendukung Pengubahsuaian yang Akan Dikajiselidik .....	120
Jadual 13	Pengumpulan Data .....	120
Jadual 14	Validitas dan Reliabilitas Pengubahsuaian .....	130
Jadual 15	Hasil Uji Linieritas Data Tentang Hubungan Orientasi Pasaran dengan Faktor-faktor Dalam.....	132
Jadual 16	Hasil Uji Linearitas Data Tentang Hubungan Orientasi Pasaran- Prestasi Perusahaan dengan Faktor-faktor Luar.....	133
Jadual 17	Perusahaan Berdiri Sejak Tahun .....	137
Jadual 18	Perusahaan Menempati Kawasan Seluas (m <sup>2</sup> ).....	137
Jadual 19	ANOVA-01 .....	141
Jadual 20	<i>Coefficients</i> -01 .....	142
Jadual 21	ANOVA-02.....	145

Jadual 22	<i>Coefficients-02</i> .....	146
Jadual 23	ANOVA-3 .....	147
Jadual 24	<i>Coefficients-03</i> .....	148
Jadual 25	ANOVA-04 .....	150
Jadual 26	Hasil <i>t test</i> Faktor-faktor <i>Antecedence</i> yang Mempengaruhi Orientasi Pasarani Perniagaan Kayu <i>Albizia</i> .....	152
Jadual 27	<i>Coefficients-04</i> .....	154
Jadual 28	ANOVA-05 .....	155
Jadual 29	<i>Coefficients-05</i> .....	155
Jadual 30	Peringkat Faktor-faktor <i>Antecedence</i> yang Mempengaruhi Orientasi Pasarani .....	162
Jadual 31	Perbandingan Hasil Penyelidikan yang Telah Dilakukan oleh Sue pulendran <i>et.al</i> (2000) dengan Hasil Penyelidikan oleh Penulis (2009) .....	163
Jadual 32	ANOVA-06 .....	166
Jadual 33	Hasil <i>t test</i> Faktor-faktor yang Mempengaruhi Prestasi Perniagaan Kayu <i>Albizia</i> .....	168
Jadual 34	Peringkat Faktor-faktor Penyederhana yang Mempengaruhi Hubungan Orientasi Pasarani-Prestasi Perusahaan Kayu <i>Albizia</i> .....	172
Jadual 35	Perbandingan Hasil Penyelidikan yang Dilakukan oleh Narver dan Slater dan yang Telah Dilakukan oleh Penulis (2009) .....	182

## SENARAI SINGKATAN

ANPPP	:	Asosiasi Nasional Para Pengusaha Pabrik
APL	:	Albasi Priangan Lestari
BT	:	Bujur Timur
D	:	Departementalisasi
DDD	:	Dinamika Diantara Departemen
DKI	:	Daerah Khusus Ibu Kota
DL	:	Distribusi Langsung
DSN	:	Dharma Satya Nusantara
DTL	:	Distribusi Tidak Langsung
F	:	Formalisasi
FPP	:	Faktor Pimpinan Perusahaan
GP	:	Gejolak Pasar
HDD	:	Hubungan Diantara Departemen
HPH	:	Hak Pengusahaan Hutan
ISCS	:	<i>Indonensian Selective Cutting System</i>
ISWA	:	<i>Indonesian Sawmill Woodworking Assosiation</i>
JMAC	:	<i>Japan Management Assosiation Consulting</i>
KDFD	:	Konflik Diantara Departemen
KTI	:	Kutai Timber Indonesia
LS	:	Lintang Selatan
LU	:	Lintang Utara
MUNAS	:	Musyawahar Nasional
OP	:	Orientasi Pasaran
OtD	:	Otonomi Daerah
PB	:	Prestasi Bisnis
PHK	:	Pemutusan Hubungan Kerja
Pi	:	Persaingan
PkT	:	Perkembangan Teknologi
PP	:	Pertumbuhan Pasar
PT	:	Perseroan Terbatas
PtP	:	Pertumbuhan Pasar
S	:	Sentralisasi
SDM	:	Sumber Daya Manusia
SG	:	Sistem Ganjaran
SGS	:	Sumber Graha Sejati
SKB	:	Surat Keputusan Bersama
SME	:	<i>Small Medium Enterprises</i>
SO	:	Sistem Organisasi
TGHK	:	Tata Guna Hutan Kesepakatan
TPI	:	Tebang Pilih Indonesia
USA	:	<i>United Stated of America</i>
USD	:	<i>United State of Dollar</i>

## **SENARAI LAMPIRAN**

### **LAMPIRAN 1**

Sifat, Penyebaran dan Kegunaan Jenis-jenis Kayu Perdagangan Indonesia

### **LAMPIRAN 2**

Nama Botani Kayu Perdagangan Indonesia

### **LAMPIRAN 3**

Borang Soalselidik: Industri Kayu Sengon (Albizia) Dalam Pemasaran di  
Indonesia



## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 PENGENALAN**

Bab ini akan dinyatakan keadaan perdagangan kayu dalam umumnya di Indonesia. Persoalan-persoalan yang berhubungan dengan pengurusan pengelolaan hutan, khas dalam hutan yang menghasilkan kayu balak, peraturan-peraturan kerajaan tentang pengurusan hutan. Bahagian ini memuat pula soalan latar belakang kajian, pernyataan soalan, pertanyaan soalan, tujuan penyelidikan, manfaat penyelidikan, dan skop penyelidikan dan batasan penyelidikan.

Pemasaran ialah ilmu mengenai andaian-andaian yang boleh diguna bagi menciptakan nilai optimal ke atas pemangku kepentingan dari masa ke semasa. Apabila terjadi perubahan nilai, maka konsep pemasaran akan berubah sesuai dengan perubahan tuntutan pemangku kepentingan dan perkembangan pasaran. Bagi memecahkan soalan pemasaran model-model teori pemasaran boleh diguna iaitu sebagai berikut: Model Pemasaran Efektif (Kotler, 1977), Model Pemasaran Audit (Kotler, Groger dan Roger, 1984), Model Pemeriksaan Pemasaran (Spaking, 1992); (Wilson, 1993), Model Orientasi Pasaran (Jaworski dan Kohli, 1993), Model Kaji Ulang Pemasaran Terbaik (Kotler, 1994), dan Model Pembaharuan Pemasaran (*Japan Management Inovation Consulting*, 1996), (Kotler, 1997; Kotler, Groger dan Roger, 1984; Spaking, 1992; Wilson, 1993; Jaworski dan Kohli, 1993 dalam Yoon dan Kang, 2005). Dalam penyelidikan ini

The contents of  
the thesis is for  
internal user  
only

## RUJUKAN

- Abubakar, H., R. M. Daud, dan S. N. A. Kholid, (1998). *Asas Pengurusan Perniagaan*, UUM. Kedah.
- Adiputranto, K., (1999). A Study on the Farm Forest Development in Wonogiri. *Proceeding Seminar Nasional Status Silvikultur*. Yogyakarta.
- Alihasan, (2008). *Marketing*. PT Buku Kita . Jakarta.8-26.
- Alan, K. M. Au and C. B. Tse Alan, (1995). The effect of Market Orientation on company performance in the service sector. A competitive research of the hotel industri in Hongkong and New Zealand. *Journal of International Marketing*. Vol 8(2) by the Hawarth press, Inc.
- Alrosyid, H., (1979). *Pemikiran jenis penghijauan bagi pembangunan hutan rakyat*. Fakultas Kehutanan. UGM.Yogyakar.
- Angiopora, M. P., (1999). *Dasar – Dasar Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Anonim, (1991). *Uraian Singkat Perkembangan Pengusahaan Hutan. Industri Kehutanan di Indonesia*. Kerperkhidmatanma antara Jabatan kehutanan RI dengan P.T Herzal Agrokarya Pratama.
- Anonim, (1997). *Manual pengelolaan kesatuan pengusahaan Hutan pengeluaran*. Dirjen pengusahaan Hutan. Jakarta.
- Anonim, (2004). *Warta Sektor perhutanan Semenanjung*. Malaysia. 20(2). Kualalumpur.
- Astana, S., (1995). *Evaluasi Pengembangan Pengelolaan Hutan Rakyat di Jawa Barat, Aspek Kelembagaan*. Jabatan Kehutanan, Jakarta.
- Alkhen dan Hage (1968). Market Orientation and its determinans. An empirical analisis. *European Journal of Marketing* 3(12). MCB. University Pres.
- Bahtiar, I., (2001). *Hutan Jawa Menjemput Ajal. Akankah Otonomi Menjadi Solusi?*. Semiloka Temu Inisiatif DPRD Se Jawa Madura.
- Baharudin, T., (2007). *Brainware Leadership Mistery*. Kepemimpinan abad Otak dan Milenium Pikiran.Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Barinah, S.O., Slamet, B.Y., dan Linda, N., (2004). Peranan Hutan rakyat dan sistem pengelolannya terhadap penghasilan petani di desa Wates dan Tambak Rejo, Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Tanggamus. *Jurnal hutan rakyat* 6 (2).

Borge, J. A., (2006). Design integrated conservation and development projects (ICDPs); illegal hunting, wildlife conservation and the weyare of the localpeople. *Journal enviroentment and development economic*.II(2).

Cadogan, J. W., Charles, C. Cai, and Erik Kwok Yeunghi, (2008). Export Market Oriented Behavior and Export Performance. *Journal International Marketing Review*.

Carvera, A., A., Molla, dan M., Sacker, (2001). *Antecedence and Consequences of Market Orientation in Public Organizations*. *European Journal of Marketing* 35(12), MCB. Univercity Press.

Chriss Wjite, J., P. Rajan Varadarajan, dan Peter A. Dacin, (2003). Market Situation Interpretation and Response. The rote of cocnitive style, organizational culture, and information use. *Journal of Marketing*.67(2).

David, D.,C. Tarn, (2005). Marketing based Tangibilisation for services. *The Services Industries Journal* 25(6), University of Bournemonth, Thaylan dan Perancis.

Diewert, W. E., dan Kevin, J. F., (2006). The contribution of productivity, Price changes and Firm size to profitability. *Journal of productivity analisis* 26 (1).

Dennis, B. A., Steve D. G., and Shelby, D. H., (2003). The Identity Salience Model of Relationship Marketing Succes. The Case of Profit Marketing. *Journal of Marketing* 67 (2).

Devandra, and Pandey, (2000). Forest Rehabilitation in Shifting Agriculture Area In Vietnam. *Proceeding of The Second International Symposium on Asian Tropical Forest Management Samarinda*.

Douglas, W., and Vorlies Neil A. Morgan, (2003). A Configuration Theory Assessment of Marketing Organization With Business Strategy and Its Relationship With Marketing Perfomence. *Journal of Marketing*. Jan. 2003.

Ely, L. P., and M.V., Luciana, (2009). *International Operations and Export Performance; an Empirical Design*. Management research news.

Fandytjiptono, (1997). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Yogyakarta

Fred Hargeah, (2001). Effect of Consumers and Suppliers Perception of the Market Orientation of Manufacturing Firms on Channel Relationships and Financial Performance. *Journal of Business to Business Marketing* 8 (2). The Hawarth Press, Inch.

Gloria, L.G., and D. Z., Daniel, (2005). Market Orientation , Competitif Shotegg and Firms Performance. An Empirical Design of Chinese Firms. *Journal of Global Marketing*.18 (4).

Guido, V. H., and Guy Durand, (2003). *Multi Function and Agriculture*. A New Paradigm for European Agriculture and Rural Development. Ashgate Publishing Company Washington, USA.

Gujarati, D., (1985). *Ekonometrika Dasar*. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Hall, Haas, and Johnson, (1967). Market Orientation and Perfomance Empirical Test in a Transition Economy. *Journal of Strategic Marketing* 6(25).

Harianto, S., (2006). *Panduan Penelitian*. Prestasi Pustakakarya, Pres.Jakarta.

Hartanto, F. M., (1993). *Suatu Perspektif Etikal Atas Peran dan Tanggung Jawab Pucuk Pimpinan Eksekutif dalam Bisnis Global yang Kompetitif*. Jurusan Tehnik Industri ITB. Bandung.

Hassler, M., (2005). Institutional Frame Works, Strategic Global Clothing Firms in Asia. *Journal of Business* 20 (4).

Heweett, K., and W. O., Bearden, (2001). Bersandarce, Trust, and Relational Behavior on the Part of Foreign Subsidiary Marketing Operations. *Journal of Matketing* 65(4).

Hony, S. G., and Ac. H., Chen, (1998). Market Orientation of Small & Medium Sized Firms in Taiwan. *Journal of Small Business and Marketing* 36(1).

Husein, U., (1999). *Riset Strategi Perusahaan*. P T Gramedia Husada Utama.

Irawan, and Swastha, (1985). *Management Pemasaran Modern*. Liberty. Yogyakarta.

Iskandar, Z., Siregar, T., Yananto, dan J. Ratnasari, (2002). *Kayu Sengon*. Prospek, Perusahaan, Budidaya, Panen dan Pasca Panen. Penebar Swadaya. Bogor.

Iskandar, U., (2000). *Potret Hutan Indonesia*. Seminar Nasional Status Silvicultur. Fakultas Kehutanan. UGM. Yogyakarta.

Jaworski, B. J., and A. K., Kohli, (1993). Market Orientation, *Antecedence* and Consequences. *Journal of Marketing* 57(1).

Jhon, R. Rossiter, and Steven, B., (2005). Marketing Communication. Theory and Aplication. *Australia Marketing Journal*.13(2).

Julihariyono, (1996). *Analisis Potensi dan Pengembangan Ekonomi Pengusahaan Hutan Rakyat*. Studi Kasus Komoditas Sengon (*Paraserianthes falkataria*) di Kabupaten Wonosobo Jawa Tengah, IPB Bogor.

Kaban, M.S., (2008). Harga Sengon Akan Terus Naik. *Majalah Trubus*.465(39).

Kartasapoetra, G., (1992). *Marketing Keluaran Pertanian dan Industri*. Rineka Cipta.Jakarta.

Kohli, A.K., dan B.J., Jaworski, (1999). Market Orientation. The Construct, Research Proposition and Management Implication. *Journal of marketing*.54 (1).

Kotler, P., K. L., Keller, S. H., Ang, S. M., Heong, and C. T., Tan, (2006). *Marketing Management*. An Asian Perspective Prentice Hall. Singapore.

Kevin, A. A., (1988). Market Orientation and Performance Empirical Test in a Transition Economy. *Journaln of Strategyic marketing* 6(25).

Lee, H., and S., Muslina, (2006). Productivity and TFP. Performance in the Manufacturing Sector. *Journal Productivity*. Des. 2006.

Liemgruber, P. S., K., Daniel , M. K. S., Jake, and S., Melisa, (2005). Forest Cover Change Patterns in Myanmar (Burma) 1999-2000. *Journal Invironmental Conservation* 32(4).

Matsumo, K., and John T., Meatzer, (2000). The Effects of Strategy Type On The Market Orientation and Strategic Flexibility. *Journal of Marketing*.66(3).

Matsumo, K., John T., Mentzer, and Aysegul, Ozsomer, (2002). The Effects of Enterpreneurial Provity and Market Orientation on Business Perfomance. *Journal of Marketing* 66(3).

Miller, I., and J. E., Freund, (1987). *Probability and Statistics for Engineer*. Englewood Cliffts, New Yersey.

Marsusi, (2008). Keanekaragaman *Albizia* di Pulau Jawa. *Simposium Nasional PTTI*. Bogor.

Maurel, C., (2009). Determinants of Export Performance in French wine SMEs. *International Journal of Wine Business Research*.

Mehmet, N. K., (2008). How Export Marketing Research Affects Company Export Performance. *Journal Marketing Intelegence and Planning*.

- Narver, J. C., and S. F., Slater, (1990). The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*. Okt. 1990.
- Moorwan, C., Rohit, D., and G., Zaltman, (1993). Factors Affecting Trust In Market Research Relationship. *Journal of Marketing* 57(1).
- Nazuri, D. M., (2006). Malaysia to formulate national cities legislation. *Majalah Maskaya*. Vol 1. 2006. Kuala Lumpur.
- Nik Kamariah, Nik Mah, (2005). *Pengurusan Jualan Konsep & Kes*. Fakulti Pengurusan Perniagaan, UUM. 128-149.
- Noyen, B., and R., Hay, (2006). *Managing Etics in Business*. Indonesian business Links. Jakarta.
- Olimpia, C. R., C., Chawit, and T., Amontral, (2008). Market Orientation, International Business, Relation Ships And Perceived Export Performance. *International Marketing Review*.
- Onrizal, C. Kusmana, (2005). Komposisi Jenis dan Struktur Hutan Berangas Bekas Kebakaran di Taman Nasional Danau Sentarum, Kalimantan Barat. Biodiversitas. *Journal of Biological Diversity* 6(4).
- Osaki, M., and T., Iwakuma, (2003). Hand Management and Biodeversity in Southeast Asia . *Proceeding of the International Symposium*. Bali. Indonesia.
- Ozo, A.O., (1994). Strategies for the renewal of central areas of Nigerian cities. *Malaysian Journal of Tropical Geography*. 25(1).
- Pradeep, G., and R., Subramanian, (2004). Emphasis or Balance ?. The Impavt of Form of Market Orientation on Perfomance. *Journal of Global Marketing* 17 (3).
- Pradham, J. B., and V., Abraham, (2005). Internationali Sistem of Production by an Indian Enterprise. Explaining the Trans Border Growth of NIII htd. *Journal of Asian Business*.
- Purwaningsih, (2006). Analisis Vegetasi Hutan Dalam Beberapa Ketinggian Tempat Di Bukit Wowouwai, Sulawesi Tenggara. Biodiversitas. *Journal of Biological Diversity* 7 (1).
- Raj Deep, G., and Patriya, Tansuka, (2001). Building Organizational Capabilities For Managing Economic Crisis. The Role of Market Orientation and Strategic Flexibility. *Journal Of Marketing*. 65(2).
- Rajendar, K. G., and K. K., Chan, (1997). Service Orientation and Small Business Marketing. *Journal of Professional Services Marketing* 15(2).

- Rieley, J. O. , P. A., Shepherd, and S. E., Page, (1990). Vegetation Diversity in the Federal Territory of Kuala Lumpur, Malaysia. *Malaysian Journal of Tropical Geography* 21(1).
- Rogers, M., (2004). Agency and Productivity. *Journal of the Economic of Business* 11(3).
- Rustamaji, N. C., dan W. E., Viera, (1986). *Marketing Potensisl*. Bahan Price. Semarang.
- Sanafriawang, (1998). Pengelolaan Sumber daya Hutan Berbasis Masyarakat Di Jawa. Soalan, Konsep dan Cabaran. *Proceeding of The Second International Symposium on Asia Tropical Forest Management*. Samarinda.
- Santosa, H.B., (1992). *Budidaya Sengon*. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.
- Singh, S., (2003). Effects Of Transition Economy On The Market Orientation Business Performance Link. The Empirical Evidence From Indian Industrial Firms. *Journal of Global Marketing* 16(4).
- Singh, J., (1993). Boundary Role Ambiguity : Facets, Determinants and Impact. *Journal of Marketing* 57(2).
- Silvain, E., and L., Sebastian, (1974). *Introduction To Statistical Method*. Mc Graw Mill Book Company. New York, San Francisco, Toronto, London.
- Sloner, J. A. F., and R. E., Freeman, (1989). *Management*. Englewood Clifft, New Yersey.
- Sofyan, (2008). Mudahnya Jual Kayu Sengon. *Majalah Trubus* 465(39).
- Song, M. , J., Xie, and B., Dier, (2000). *Antecedence* and consequences of Marketing Managers Conflict Handling Behaviors. *Journal of Marketing* 64(1).
- Stephanie, B., and D. M., Gayathri, (2005). Local Cegrowces To Water Resource Degradation In India : Ground Water Farmer Innovations and The Universal of Knowledge Flows. *Journal of Environmental & Development* 14(4).
- Subin, I., and J. P., Workman, (2004). Market Orientation, Creativity and New Product Perfomance In High Teknology Firms. *Journal Of Marketing* 16(4).
- Suepulendran, Richard, and Robert, E.W., (2000). The *Antecedence* and Consequences of Market Orientation In Australia. *Australian Journal Of Management* 25 (2).

- Suliyanto, S. (2005). *Kaedah Riset Perusahaan*. Penerbit Andi Yogyakarta 65-90.
- Suyana, (1976). *Pengaruh Nilai Kayu Rakyat Terhadap Volume Perdagangan Kayu Di Kabupaten Sukabumi*. Fakultas Kehutanan IPB Bogor.
- Syaefudin, U., (2008). Berebut Kayu Sengon. *Majalah Trubus* 465(39).
- Tammo, H.A., L. J., Paas, and J.K., Vermunt, (2004). Country and Consumer Segmentation. Multi Level Latent Class Analysis of Financial Product Ownership. *Journal Of Research In Marketing* 21(1).
- Tjokro, A., (1963). *Kemungkinan-Kemungkinan Ekonomis Mengadakan Albizia*. Jakarta.
- Vernimer, T., B., Marie, V. H., Grido, H., Meert, and V. H., Etrienne, (1992). *Diversification as a Survival Strategy For Marginal Farms* . Exploratory Research; Multifungsional Agriculture. Ashgate Publishing Company, Burlington, USA.
- Walpole, (1995). *Pengantar Statistik*. Edisi 3. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Waheeduzzaman, L.F., (2002). Elemen of Standaritation Firm Perfomance and Selected Marketing Variables. A General Linear Relationship Framework. *Journal Of Strategic Global Marketing* 16 (2).
- Xu Chuande, (2000). *Timber Plantation In China*. International Conference on Timber Plantation Development. Manila.
- Yeoh, and Wong, (2005). Singapore's Over Seas Industrial Park. *Journal of Asian Business* 20(1).
- Yoon, S. J., and J. W., Kang, (2000). Validation of Marketing Performance Model for Services Industries in Korea. *Journal of Servicess Marketing Quarterly* 26(4).
- Zanzibar, M., (1994). *Pengaruh Unsur Pohon Terhadap Pengeluaran Dan Mutu Benih Sengon*. Thesis. Badan Penyelidikan Dan Pengembangan Kehutanan. Bogor.
- Zhow, K. Z., J. L., Julie, and N., Zhou, (2004). Employee's Perception of Market Orientation in a Transitional Economic China as an Example. *Journal of Global Marketing* 17(4).