

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Karet

Karet adalah polimer hidrokarbon yang terkandung dalam lateks beberapa jenis tumbuhan. Sumber utama produksi karet dalam perdagangan internasional adalah para atau *Hevea brasiliensis* (suku *Euphorbiaceae*). Beberapa tumbuhan lain juga menghasilkan getah lateks dengan sifat yang sedikit berbeda dengan karet, seperti anggota suku ara – araan (misalnya beringin), sawo – sawoan (misalnya getah perca dan sawo manila), *Euphorbiaceae* lainnya, serta dandelion. Pada masa Perang Dunia II, sumber – sumber ini dipakai untuk mengisi kekosongan pasokan karet dari para. Sekarang, getah perca dipakai dalam kedokteran (*guttapercha*), sedangkan lateks sawo manila biasa dipakai untuk permen karet (*chicle*). Karet industri sekarang dapat diproduksi secara sintesis dan menjadi saingan dalam industri perkaretan.

Di Indonesia dan negara lain pada umumnya, lateks sebagai bahan baku karet didapat dari melukai kulit batang pohon karet atau yang disebut juga penderesan sehingga keluar cairan kental melalui sebuah talang yang kemudian ditampung oleh mangkuk. Cairan ini keluar akibat tekanan turgor dalam sel yang terbebaskan akibat pelukaan. Aliran berhenti apabila semua isi sel telah habis dan luka tertutup oleh lateks yang membeku. Di PTPN III, penderesan ini biasanya dilaksanakan pada pagi hari sekitar pukul 04.00 – 05.00 WIB setiap harinya, karena pada waktu tersebut proses pengeluaran getah atau lateks berjalan optimal dan mampu menghasilkan lateks berkualitas sangat baik.

Lateks merupakan suatu cairan berwarna putih dan kekuning-kuningan yang diperoleh dengan cara penyadapan (membuka pembuluh lateks) pada kulit tanaman karet (*Hevea brasiliensis* L). Partikel karet dapat terdispersi dengan baik pada larutan, disebabkan adanya gerakan zig-zag (gerakan Brown) dari partikel. Besarnya gerakan Brown dapat mengatasi gaya gravitasi dari partikel karet sehingga tidak terjadi creaming maupun pengendapan. Didalam lateks, isoprene ini diselaputi oleh lapisan protein sehingga partikel karet bermuatan listrik. Protein merupakan rangkaian gabungan dari asam-asam amino yang bersifat dipolar (dalam keadaan netral mempunyai dua muatan listrik) dan amphoter (dapat bereaksi dengan asam atau basa). Lateks segar mempunyai pH = 6,9 (bermuatan negatif). Ion bermuatan negatif tersebut

diserap oleh permukaan partikel karet membentuk lapisan yang disebut lapisan stern. Lapisan yang sama-sama bermuatan negatif tersebut menyebabkan terjadinya tolak menolak antara partikel, sehingga latek tidak menggumpal. Jadi selama lateks bermuatan negatif, lateks akan tetap stabil. Pada titik isoelektris, muatan listrik akan mencapai nol sehingga protein tidak stabil, dan akan menggumpal serta lapisan stern akan hilang sehingga antara butir karet terjadi kontak yang mengakibatkan lateks menggumpal.

Karet merupakan bahan utama pembuatan ban, beberapa alat – alat kesehatan, alat – alat yang memerlukan kelenturan dan tahan guncangan.

2.2. Hasil Olahan Karet

Terdapat beberapa macam karet alam yang dikenal, diantaranya merupakan bahan olahan. Bahan olahan ada yang setengah jadi maupun yang sudah jadi. Ada juga karet yang diolah kembali berdasarkan bahan karet yang sudah jadi. Jenis karet alam yang dikenal luas adalah:

1. Bahan Olah Karet

Bahan olah karet adalah lateks kebun yang diperoleh dari pohon karet *Havea brasiliensis*. Menurut pengolahannya bahan olah karet terdiri dari lateks kebun, sheet angin, slab tipis atau blanket dan lump segar.

2. Karet Alam Konvensional

Jenis karet alam konvensional pada dasarnya adalah golongan karet sheet. Menurut buku green book, karet alam konvensional dimasukkan kedalam beberapa golongan mutu atau yang disebut *Ribbed Smoked Sheet (RSS)*. Produk sheet merupakan salah satu jenis produk olahan yang berasal dari lateks atau getah tanaman karet yang diolah secara teknis mekanis dan kimiawi dengan pengeringan menggunakan rumah asap serta mutunya memenuhi standar *The Green Book* dan konsisten. Daftar yang dibuat green book merupakan pedoman pokok para produsen karet alam konvensional di seluruh dunia.

3. Lateks Pekat

Produk karet lateks pekat adalah produk olahan lateks alam yang diproduksi dengan menggunakan proses sentrifuge (pemusingan). Lateks pekat ini merupakan jenis produk karet yang berbentuk cairan pekat, tidak berbentuk lembaran atau padatan lainnya. Produk karet lateks pekat yang dihasilkan PTPN III tersebut merupakan produk setengah jadi dan diolah

kembali untuk menjadi produk jadi oleh perusahaan pembeli atau konsumen, misalnya menjadi produk ban, sarung tangan dan lain sebagainya.

4. Karet Bongkah atau Block Rubber

Karet bongkah adalah karet remah yang telah dikeringkan dan dikilang menjadi bandela-bandela dengan ukuran yang telah ditentukan. Karet bongkah ada yang berwarna muda dan di setiap kelasnya mempunyai kode warna sendiri.

5. Karet Crumb Rubber

Produk karet crumb rubber merupakan salah satu bahan setengah jadi karet dimana bahan bakunya berasal dari campuran kompo (gumpalan lateks atau getah dalam mangkuk) dengan slab (lateks atau getah yang dibekukan) yang diproses melalui tahapan pencacahan, penggilingan, maturasi atau pemeraman, pemanasan sampai dengan pengepresan.

Dari sekian banyak jenis olahan karet, PTPN III memproduksi produk karet berupa sheet (RSS), lateks pekat dan crumb rubber (SIR 10/20).

2.3. Kualitas Produk

PT. Perkebunan Nusantara III (Persero) atau biasa disebut PTPN III memiliki salah satu produksi yang dihasilkan berupa karet. Adapun karet yang dihasilkan PTPN III masih berupa produk setengah jadi, artinya produk yang dibeli dari PTPN III masih harus diolah lagi menjadi produk jadi dari perusahaan pembeli. Komoditi karet yang diproduksi PTPN III terdiri dari karet sheet, crumb rubber dan lateks pekat. Produk sheet merupakan salah satu jenis produk olahan yang berasal dari lateks atau getah tanaman karet yang diolah secara teknis mekanis dan kimiawi dengan pengeringan menggunakan rumah asap serta mutunya memenuhi standar *The Green Book* dan konsisten.

Karet crumb rubber yang diproduksi PTPN III berupa Standard Indonesia Rubber (SIR) 10 dan 20. Produk karet crumb rubber merupakan salah satu bahan setengah jadi karet dimana bahan bakunya berasal dari campuran kompo (gumpalan lateks atau getah dalam mangkuk) dengan slab (lateks atau getah yang dibekukan).

Produk karet lateks pekat adalah produk olahan lateks alam yang diproduksi dengan menggunakan proses sentrifuge (pemusingan). Ketiga jenis produk karet yang dihasilkan PTPN III tersebut merupakan produk setengah jadi dan diolah kembali untuk menjadi produk jadi oleh

perusahaan pembeli atau konsumen, misalnya menjadi produk ban, sarung tangan dan lain sebagainya.

PTPN III sebagai produsen penghasil produk karet terus berupaya secara konsisten menjaga kualitas produknya untuk bisa bersaing dengan kompetitor lainnya dalam hal penjualan. Menurut Russel dan Taylor III (1998:76) bahwa kualitas merupakan keseluruhan ciri – ciri dan karakteristik suatu produk dan jasa dengan didasarkan pada kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan. Hal yang sama juga dikemukakan oleh *Morse, Davis, Hargavres* (1996:21) bahwa *”Quality refers to the degree to which to product or services meet the customer’s need”*. Mereka mengartikan kualitas secara lebih luas yaitu pemenuhan suatu rancangan yang sesuai sama bahwa mmelebihi yang diharapkan konsumen, pada tingkat harga yang kompetitif yang mampu mereka bayar.

Kata ”Kualitas” sebenarnya mengandung banyak definisi dan makna. Orang yang berbeda akan mengartikannyasecara berlainan. Beberapa contoh definisi lainnya sering dijumpai antara lain (Fandy Tjiptono, 2000:2), (1) Kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, (2) Kecocokan untuk pemakaian, (3) Perbaikan berkelanjutan, (4) Bebas dari kerusakan, (5) Pemenuhan kebutuhan pelanggan, (6) Melakukan segala sesuatu secara benar semenjak awal, (7) Sesuatu yang memuaskan pelanggan.

2.3.1. Dimensi Kualitas Produk

Kualitas produk berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen untuk mengimbangi harapan konsumen. Pernyataan ini dipertegas Lovelock (2002:12) yang menyatakan bahwa kualitas adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Penelitian ini ditujukan untuk mengukur kualitas produk karet pada perusahaan pengolahan karet alam PTPN III yang menggunakan empat dimensi yaitu (a) Kinerja produk (*performance to product*) meliputi pengolahan karet, penawaran mutu karet, pengiriman karet, (b) *Conformance to specification* meliputi sesuai dengan sifat teknis dan sesuai dengan sistem mutu, (c) *Durability* meliputi kegunaan teknis dan kegunaan ekonomis, (d) *Serviceability* adalah kemampuan perusahaan dalam memuaskan konsumen antara lain dengan melayani dan menerima setiap keluhan konsumen terhadap produk yang dihasilkan.

2.4. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dari suatu perusahaan diuji pada setiap layanan saingannya, jika para konsumen merasa bosan, tidak dapat menjawab pertanyaan yang mudah sementara para konsumen menunggu, mereka akan berfikir dua kali untuk melakukan bisnis lagi dengan penjual. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh Kotler dan SweeHoong Ang (2003:153) bahwa para pelanggan (konsumen) membentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi darimulut ke mulut dan iklan. Pelanggan membandingkan layanan yang dirasakan dengan yang diharapkan.

Kotler (2003:160) berpendapat bahwa kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Ini berarti bahwa kualitas yang baik bukan dilihat dari penyedia jasa, melainkan berdasar pada persepsi pelanggan. Dari pengertian tersebut, dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan selalu terfokus pada pelanggan. Dengan demikian produk atau jasa yang didesain, diproduksi dan ditawarkan serta pelayanan yang diberikan adalah untuk memenuhi keinginan konsumen dan harapan pelanggan.

Pelayanan menurut Kotler dan Armstrong (2001) adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain. Pada dasarnya jasa tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak.

2.4.1. Dimensi Kualitas Pelayanan

Ropinov Saputro (2008) dan Suhartini Karim (2007) mengemukakan model *service quality* dengan dimensi *timeliness*, *apology*, *redress*, *facilitation*, *credibility* dan *attentiveness*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ropinov Saputro ini menunjukkan bahwa keenam dimensi tersebut mempunyai *pengaruh yang kuat* terhadap kepuasan konsumen yang akhirnya akan melakukan pembelian ulang.

Faktor – faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah:

1. *Timeliness* (kecepatan merespon) adalah tindakan organisasi dalam kecepatan merespon keluhan pelanggan. Kecepatan respon memiliki hubungan positif dengan keinginan untuk membeli ulang (Colon dan Muray dalam Ropinov 2008).

2. *Apology* (permintaan maaf) adalah tindakan organisasi untuk meminta maaf kepada pelanggan saat ada pelanggan yang mengeluh tentang produk organisasi. (Godma, Malech dan Boy dalam Ropinov 2008).
3. *Redress* (perbaikan) adalah respon organisasi untuk mengganti atau memperbaiki produk ketika pelanggan memiliki masalah. Hal ini berkaitan dengan actual outcome yang diterima oleh pelanggan dari organisasi.
4. *Facilitation* (pemfasilitasan) organisasi dapat berupa telepon, garansi, prosedur keluhan yang tidak menjengkelkan dan lain –lain.
5. *Credibility* (kredibilitas) adalah suatu respon untuk menyikapi bahwa pelanggan telah mendapat masalah (Moris,1999).
6. *Attentiveness* (perhatian), merujuk pada interaksi antara wakil organisasi dengan pelanggan yang mengeluh. Perhatian adalah sebuah dimensi yang kompleks karena tergantung pada kepercayaan pada orang, bukan kepercayaan pada prosedur.

2.5. Kepuasan Konsumen

Menurut Day (dalam Buletin, 2002:56) mengatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidakpuasan atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual dari produk atau jasa yang dirasakan pemakai. Kotler (2003:36) mengatakan: "*Customer satisfaction is a person's feeling of pleasure or disappointment resulting from comparing a product's perceived performance (or outcome) in relation to his or her expectation*"

Kepuasan konsumen menurut Sucherly (2004:18) bahwa pada dasarnya customer satisfaction tidak dapat dipenuhi seluruhnya karena itu perceived performance tidak dapat mencapai customer expectation. Selisihnya adalah ketidakpuasan (dissatisfaction) konsumen terhadap produk.

Kepuasan pelanggan atau konsumen berhubungan dengan mutu dari produk yang ditawarkan produsen. Kepuasan pelanggan mempunyai tingkat masing – masing tergantung apa yang mereka peroleh. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Kotler dan Keller;177). Menurut Sunarto (2006;17) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi

atau kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan – harapannya. Disaat persaingan dalam bidang bisnis semakin ketat, produsen berusaha memenuhi dan keinginan konsumen dengan menawarkan berbagai jenis produknya, dampaknya konsumen banyak pilihan, kekuatan tawar menawar yang saat ini semakin besar yang mendorong setiap perusahaan untuk mendorong orientasinya pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama perusahaan. Perusahaan akan senang apabila pelanggan mendapat kepuasan, yang akibatnya pelanggan menjadi loyal sehingga akan memberikan dampak positif bagi perusahaan.

2.6. Penjualan

Pengertian penjualan menurut William G Nickels (1998:10) adalah interaksi antar individu saling bertemu yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. Penjualan bisa ditentukan dengan adanya nilai penjualan yang terjadi. Nilai penjualan merupakan suatu jumlah dari penjualan produk baik barang dan jasa oleh suatu perusahaan dalam bentuk angka dimana pembayarannya akan dilakukan dalam mata uang tertentu. Mata uang tersebut biasanya adalah US \$ atau mata uang lainnya dengan nilai yang stabil. Kotler (2003:316) mengemukakan tentang nilai penjualan produk yang didapat oleh perusahaan atas hasil penjualan, dimana: $\text{volume penjualan} \times \text{harga produk}$.

Tingkat penjualan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh keputusan pembelian dari konsumen. Suatu keputusan melibatkan pilihan alternatif. Semua aspek pengaruh dan kognisi dilibatkan dalam pengambilan keputusan konsumen. Akan tetapi inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi alternatif – alternatif dan memilih salah satu diantaranya.

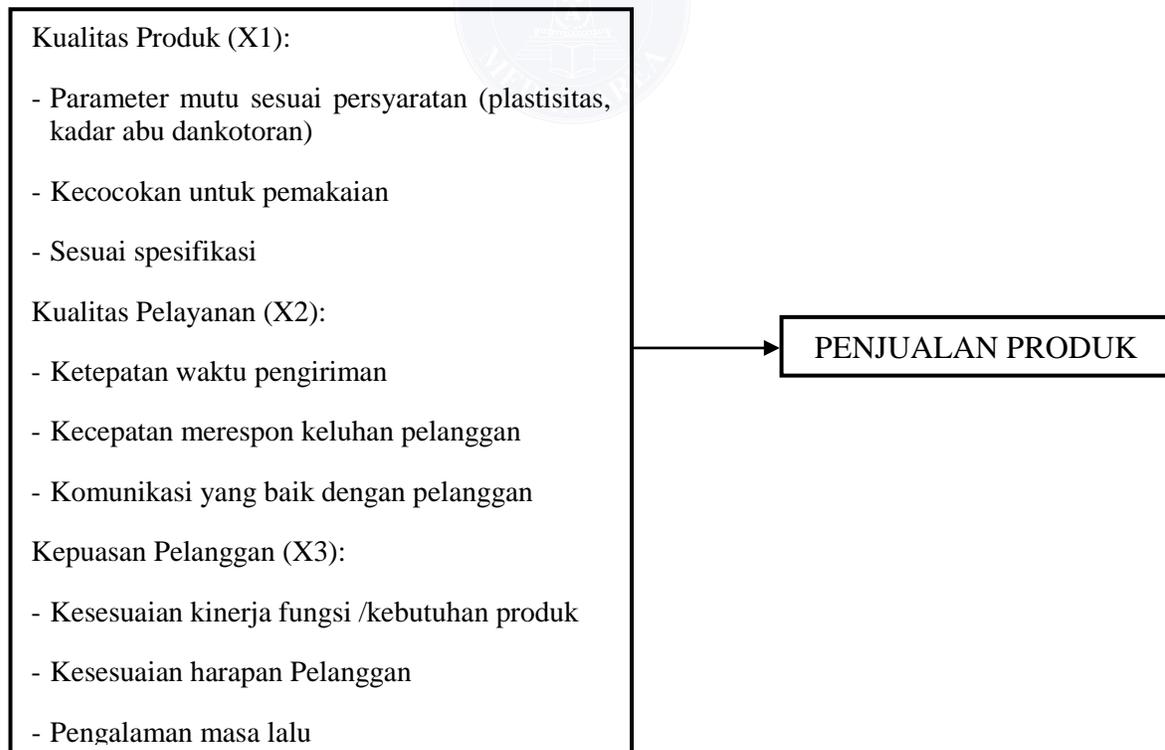
Setiadi (2003:14) menggambarkan proses pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut: pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

2.7. Kerangka Pemikiran

Tujuan penelitian ini ingin melihat bagaimana pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap penjualan karet alam PTPN III.

Mengingat produk karet olahan adalah merupakan produk yang homogeny dan akan menjadi bahan baku untuk proses produksi selanjutnya. Dalam hal ini mengukur kualitas karet (X1) yang dihasilkan maka dimensi kualitas yang digunakan dan diungkap tidak semuanya, hanya terdiri dari 4 (empat) dimensi saja yaitu kinerja produk, kesesuaian dengan standar, daya tahan dan serviceability. Penelitian ini juga akan melihat pengaruh kualitas pelayanan (X2) dan kepuasan konsumen (X3) terhadap penjualan karet PT. Perkebunan Nusantara III (Persero). Kualitas pelayanan dimana *service quality* (kualitas pelayanan) yang terdiri dari *timeliness* (kecepatan merespon), *apology* (permintaan maaf), *redress* (perbaikan), *facilitation* (pemfasilitasan), *credibility* (kredibilitas) dan *attentiveness* (perhatian).

Model dari penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.1, dimana pada gambar tersebut melukiskan pengaruh antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap penjualan karet di PT. Perkebunan Nusantara III (Persero).



Gambar 2.1. Diagram Alir Kerangka Pemikiran