

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tanaman Karet

Tanaman karet merupakan jenis tanaman yang umumnya tumbuh pada ketinggian sekitar 200 meter di atas permukaan laut. Tanaman ini berasal dari Brasil dan memiliki nama latin *Hevea brasiliensis*. Karet tergolong tanaman penghasil getah karena memiliki jaringan yang kaya akan lateks, yaitu cairan putih yang akan keluar ketika jaringan tersebut dilukai (Miranda *et al.*, 2016). Lateks dari tanaman karet dapat diolah menjadi lembaran karet yang disebut *sheet*, bongkahan berbentuk kotak, serta remah karet yang dikenal dengan sebutan *crumb rubber*. Selain getahnya, kayu dari pohon karet juga memiliki nilai ekonomi dan digunakan dalam pembuatan rumah, furnitur, serta berbagai bahan bangunan. Ketersediaan tepung biji karet yang dihasilkan dalam jumlah besar relatif terjamin karena tanaman ini merupakan salah satu komoditas perkebunan yang paling banyak dibudidayakan di Indonesia (Widyasari *et al.*, 2015).

Tanaman karet merupakan tanaman tahunan yang tidak dapat dipanen sepanjang waktu. Karet alam memiliki beberapa kelemahan yang memengaruhi mutu dan kualitas produk yang dihasilkan. Pemerintah bersama industri perkebunan karet di Indonesia telah berupaya mengembangkan teknologi budidaya, memodifikasi struktur karet alam, serta meningkatkan produksi melalui program perluasan dan peremajaan kebun (Widyasari *et al.*, 2015). Beberapa kelemahan karet alam antara lain adalah rentan terhadap kerusakan akibat panas (pelelehan),

kurang tahan terhadap reagen kimia tertentu, mudah mengalami abrasi, mutu yang tidak konsisten, serta rentan terhadap oksidasi dan minyak. Kelebihan dan kelemahan ini turut dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti rendahnya permodalan, perbedaan harga jual antardaerah, kurangnya pembinaan, serta minimnya program peremajaan akibat masih rendahnya tingkat pendidikan petani karet di Indonesia (Subekti *et al.*, 2021).

2.2 *Ribbed Smoked Sheet*

Pengolahan karet merupakan salah satu faktor terpenting dalam rantai agribisnis karet karena secara langsung menentukan nilai tambah suatu produk. Pengolahan yang optimal dapat menghasilkan produk berkualitas tinggi dengan nilai jual yang lebih baik. Pengolahan yang optimal dapat membuat kualitas produk yang baik sehingga bernilai jual tinggi. Pengolahan karet menjadi *Ribbed Smoked Sheet* menurut Agusutono (2013) yaitu pengangkutan *lateks*, penerimaan *lateks*, pembekuan *lateks*, penggilingan, pengasapan, sortasi, pengemasan dan pengepresan, penyimpanan, dan pengiriman. Pengangkutan lateks dilakukan menggunakan tangki aluminium yang diletakkan di atas truk, dari tempat pengumpulan hasil (TPH) di afdeling menuju pabrik dalam waktu singkat. *Lateks* yang diterima dialirkan ke dalam bak penerima dan disaring menggunakan saringan berukuran 20 mesh, lalu diukur volumenya serta kadar karet kering (KKK). *Lateks* diaduk hingga homogen, kemudian dipindahkan ke bak pembekuan yang telah diberi penyekat. Setelah didiamkan selama tiga jam, koagulan akan terbentuk dalam bentuk lembaran (*sheet*) (Ringo, 2017).

Lembaran hasil pembekuan kemudian digiling agar menjadi lebih tipis dan memiliki permukaan yang kasar. Kecepatan mesin giling harus diatur dengan cermat, karena jika terlalu tinggi, lembaran dapat robek (Agusutono, 2013). Setelah digiling, sheet digantung menggunakan bambu bersih di kamar pengasapan. Proses pengasapan berlangsung selama lima hari pada suhu antara 40°C hingga 60°C. Sheet yang telah diasapkan kemudian disortir dan diklasifikasikan berdasarkan mutu. Hasil sortasi akan menghasilkan beberapa kategori mutu RSS, yaitu RSS 1, RSS 2, RSS 3, hingga RSS cutting (Oktavia, 2014). RSS dengan mutu tinggi memiliki ciri berupa lembaran tipis yang bersih, tidak mengandung jamur, tidak saling menempel, berwarna jernih, tidak mengandung gelembung udara, dan terbebas dari cacat pengolahan. Setelah disortir, RSS dikemas dan dipres dalam bentuk *big bale* atau *small bale*. Selanjutnya, produk disimpan terlebih dahulu sebelum dikirim ke tujuan akhir (Agusutono, 2013).

2.3 Konsep Penjualan

Konsep penjualan merupakan elemen penting dalam strategi bisnis yang berfokus pada peningkatan volume penjualan melalui promosi dan pemasaran. Penjualan didefinisikan sebagai interaksi antarindividu untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain (Nickels dan Susan, 2008). Prinsip dasar dari konsep ini menekankan bahwa keberhasilan penjualan tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada kemampuan perusahaan dalam memengaruhi dan merangsang konsumen untuk melakukan pembelian. Promosi dan pemasaran

menjadi kunci dalam menciptakan permintaan, khususnya untuk produk yang tidak secara aktif dicari oleh konsumen (Kotler dan Armstrong, 2004).

Konsep penjualan memiliki beberapa fungsi penting dalam bisnis seperti merencanakan dan mengembangkan produk sehingga keberhasilan penjualan sangat bergantung pada perencanaan dan pengembangan produk yang tepat serta mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu, menciptakan permintaan setelah produk dikembangkan, penting dilakukan menciptakan permintaan melalui promosi yang efektif (Napitupulu, 2021). Kotler (2004:316) mengemukakan tentang nilai penjualan produk yang didapat oleh perusahaan atas hasil penjualan, $\text{volume penjualan} \times \text{harga produk}$.

2.4 Faktor yang Mempengaruhi Penjualan

Penjualan merupakan indikator kunci dalam menilai keberhasilan suatu perusahaan (Fahmi, 2016). Tingkat penjualan dipengaruhi oleh berbagai faktor, terutama yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Beberapa faktor utama yang memengaruhi penjualan antara lain harga produk, harga pokok penjualan, dan beban pemasaran.

a) Harga Produk

Harga produk adalah nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan untuk memperoleh barang atau jasa yang diperdagangkan. Harga produk dapat diartikan sebagai harga yang diperoleh dari penjumlahan biaya produksi total ditambah dengan biaya pengeluaran perusahaan, serta biaya promosi dan biaya distribusi. Komoditi yang diperjualbelikan mudah berubah, biaya produksi tidak

lagi relevan dalam turunnya harga di pasar dan keseluruhan komoditi ditawarkan pada harga berapapun yang dapat dicapai (Simatupang dan Situmorang, 2000).

b) Harga Pokok Penjualan

Harga Pokok Penjualan merupakan elemen fundamental dalam akuntansi dan manajemen keuangan yang membantu perusahaan dalam menentukan strategi penetapan harga dan mengelola biaya produksi. Pemahaman yang baik mengenai komponen dan cara menghitung HPP sangat penting bagi keberlangsungan bisnis dan pencapaian laba optimal. Harga Pokok Penjualan (HPP) adalah total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memproduksi barang atau jasa yang dijual selama periode tertentu (Satriani dan Kusuma, 2020). HPP mencakup semua pengeluaran langsung dan tidak langsung yang terkait dengan proses produksi, termasuk biaya bahan baku, tenaga kerja langsung, dan biaya overhead produksi. HPP juga dikenal sebagai *Cost of Goods Sold* (COGS) dan berperan penting dalam menentukan laba kotor perusahaan (Aliansyah *et al.*, 2024).

c) Beban Pemasaran

Beban pemasaran merujuk pada semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk melaksanakan kegiatan pemasaran produk dan layanan. Ini mencakup berbagai pengeluaran yang diperlukan untuk mempromosikan, mendistribusikan, dan menjual produk kepada konsumen (Kotler dan Keller, 2012). Beban pemasaran tidak hanya mencakup biaya iklan dan promosi, tetapi juga biaya distribusi dan riset pasar. Pengelolaan beban pemasaran yang baik tidak hanya berfungsi sebagai pengeluaran tetapi juga sebagai investasi strategis untuk pertumbuhan jangka panjang perusahaan (Elina dan Handayani, 2021).

2.5 Peramalan

Peramalan penjualan adalah proses memprediksi jumlah penjualan yang akan terjadi dalam periode tertentu di masa depan (Firdaus, 2006). Proses ini penting bagi perusahaan untuk merencanakan produksi, pengelolaan persediaan, dan strategi pemasaran. Data historis dan analisis statistik, perusahaan dapat membuat estimasi yang lebih akurat mengenai permintaan pasar. Peramalan jangka pendek umumnya digunakan pada rentang waktu 1 sampai 5 minggu. Fungsi peramalan jangka pendek untuk mengambil keputusan seperti perlu tidaknya lembur, penjadwalan kerja, dan lain – lain. Peramalan jangka menengah umumnya digunakan pada rentang waktu 1 sampai 24 bulan. Peramalan jangka menengah digunakan untuk menentukan aliran kas, perencanaan produksi, dan penentuan anggaran. Peramalan jangka panjang umumnya digunakan dalam rentang waktu 2 hingga 10 tahun. Peramalan jangka panjang digunakan untuk perencanaan produk dan perencanaan sumber daya (Ahmad, 2020).

Analisis tren adalah suatu teknik analisis data yang digunakan untuk menentukan arah pergerakan suatu data pada masa depan berdasarkan data historis yang ada (Fauzi *et al.*, 2022). Analisis trend dapat dihitung menggunakan metode tren kuadratik. Hasil analisis tren dapat memprediksi kinerja perusahaan di masa yang akan datang dan membandingkan dari waktu ke waktu. Konteks laporan keuangan, analisis tren membantu dalam mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan dan memprediksi arah pergerakan pendapatan, biaya, dan laba di masa depan. Terdapat beberapa model dalam analisis tren (Santosa, 2007), antara lain:

a) Model Linear

Model tren linear identik dengan adanya kenaikan atau penurunan yang cenderung panjang, lamban, dan menuju ke satu arah.

b) Model Kuadratik (Parabola)

Model kuadratik atau model parabola merupakan tren yang nilai variabel tak bebasnya berpangkat dua yang akan menyebabkan terbentuknya parabola.

c) Model Eksponensial

Tren dengan model eksponensial merupakan bentuk tren non linear yang nilai variabelnya tak bebasnya akan naik berlipat ganda atau tidak membentuk kurva linear. Model ini sering disebut juga tren logaritma sebab perhitungan tren eksponensial ini menggunakan logaritma.

d) Model Kurva S

Tren model kurva S ini digunakan untuk model tren yang termasuk dalam tren non linear. Pola data yang terbentuk akan menyerupai huruf S oleh karena itu, model ini dinamakan model kurva S.

2.6 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dan dijadikan rujukan pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Nama, Tahun, Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Kasimin <i>et al.</i> , 2023. Analisis Trend Dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Produksi Dan Pendapatan Petani Karet di Kabupaten Aceh Timur.	Metode analisis data tren penjualan menggunakan model linear <i>least square method</i> dan analisis regresi linier berganda dengan IBM SPSS 23 untuk menentukan faktor – faktor yang mempengaruhi volume penjualan karet.	Hasil analisis faktor yang mempengaruhi produksi karet secara signifikan adalah jumlah tanaman. Sedangkan luas lahan, usia tanaman, biaya pengelolaan dan tenaga kerja tidak berpengaruh secara signifikan terhadap produksi karet. Sementara hasil analisis faktor yang mempengaruhi pendapatan secara signifikan adalah jumlah produksi dan harga jual karet.
Sinaga <i>et al.</i> , 2019. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan Dan Peramalan Volume Penjualan Kopi di PT Perkebunan Nusantara IX.	Metode penelitian yang digunakan adalah metode data sekunder. Data sekunder yang digunakan adalah data tahun 2014 – 2017. Metode analisis data dengan analisis regresi berganda dan analisis trend time series.	Hasil analisis regresi berganda menunjukkan harga pokok penjualan dan beban pemasaran memberi pengaruh positif terhadap volume penjualan kopi. Harga produk tidak memberi pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan kopi. Hasil analisis trend time series menunjukkan bahwa volume penjualan kopi metode winters additive sebagai metode peramalan yang paling baik digunakan untuk pola data musiman dengan MAPE 152.
Khairad <i>et al.</i> , 2024. Analisis Trend Produksi dan Produktivitas Kelapa Sawit di PT. Perkebunan Nusantara VI Unit Usaha Pangkalan.	Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder berupa data urut waktu (<i>time series</i>) selama 10 tahun dari tahun 2013 hingga tahun 2022. Data sekunder diperoleh langsung dari PTPN VI Unit Pangkalan. Dalam penelitian ini menggunakan analisis proyeksi tren dengan menggunakan pendekatan regresi.	Berdasarkan data produksi dan produktivitas kelapa sawit (TBS) dari tahun 2013-2022 cenderung terjadinya fluktuasi produksi. Setelah dilakukan peramalan untuk 5 tahun mendatang, produksi dan produktivitas TBS cenderung mengalami penurunan setiap tahunnya.