

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN KARET PT. PERKEBUNAN NUSANTARA IX SEMARANG

Mety Rachmasari¹, Bambang Mulyatno Setiawan², Siswanto Imam Santoso³

Program Studi S1 Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

Email korespondensi: metyrachma@gmail.com

ABSTRACT

The study aimed was to analysis of the factors that influence the volume of rubber sales and the effect of product prices and quality on the rubber sales volume of PT Perkebunan Nusantara IX Semarang. This study was done on May to June 2018 and used case study methods. Primary and secondary data were used in this study and were collected by interview and literature review. Data was analyzed by multiple linear regression. The results showed that variable of price and product quality simultaneously and partially affected to the sales volume. The partial test showed that the price variable has a greater influence than the product quality. The advice that can be given is that PT Perkebunan Nusantara IX should pay more attention in setting rubber selling prices to match market prices and not setting prices that can make consumers feel inappropriate and PT Perkebunan Nusantara IX should improve the quality of products sold in order to increase sales volume. .

Keywords: *price, product quality, rubber, sale volume*

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan karet PT Perkebunan Nusantara IX Semarang dan untuk menganalisis besarnya pengaruh harga dan kualitas produk terhadap volume penjualan karet PT Perkebunan Nusantara IX Semarang. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei - Juni 2018. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Pengumpulan data dengan menggunakan metode wawancara dan studi pustaka. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk secara serempak dan parsial berpengaruh terhadap volume penjualan. Uji parsial menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh lebih besar dibanding dengan kualitas produk. Saran yang dapat diberikan adalah sebaiknya PT Perkebunan Nusantara IX lebih memperhatikan dalam menetapkan harga jual karet agar sesuai dengan harga pasar dan tidak menetapkan harga yang dapat membuat konsumen merasa tidak sesuai dan sebaiknya PT Perkebunan Nusantara IX harus meningkatkan kualitas produk yang dijual agar dapat meningkatkan volume penjualan.

Kata kunci: *harga, kualitas produk, karet, volume penjualan*

PENDAHULUAN

Perkebunan merupakan sub sektor dari sektor pertanian yang dapat meningkatkan devisa negara. Salah satu komoditas sektor perkebunan adalah karet. Karet merupakan komoditas unggulan di subsektor perkebunan. Tanaman karet memiliki peranan yang besar dalam kehidupan perekonomian Indonesia. Suatu perusahaan yang baru berdiri atau baru mengeluarkan produk baru apabila tidak berusaha memperkenalkan kepada konsumen maka usaha tersebut akan sia-sia. Hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan antara lain harga dan kualitas produk. Agar produknya dapat bersaing, maka kualitas produk harus ditingkatkan sehingga volume penjualan dapat meningkat. Produk yang dijual memiliki kualitas dan harga yang sesuai maka diharapkan mampu bersaing.

PT Perkebunan Nusantara IX (Persero) merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara yang bergerak dalam industri perkebunan yang membudidayakan tanaman semusim (tebu) dan juga tanaman tahunan (karet, kakao dan kopi) di wilayah Jawa Tengah. Kualitas karet di PT Perkebunan Nusantara IX bervariasi dan memiliki harga yang berbeda. Hal ini akan mempengaruhi volume penjualan karena minat masyarakat yang berbeda terhadap masing-masing kualitas dan harga karet.

Pengaruh produk dan harga terhadap volume penjualan telah dianalisis oleh Ismayanti (2016) hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial produk dan harga berpengaruh terhadap volume penjualan. Persamaan penelitian terletak pada variabel harga sedangkan perbedaan penelitian terletak pada variabel kualitas produk. Penelitian yang sejenis ditunjukkan oleh Partina et al (2017) hasil menunjukkan bahwa harga dan produk berpengaruh positif terhadap volume penjualan. Peneliti menganggap dengan menganalisis faktor yang mempengaruhi volume penjualan dapat menjadi salah satu pertimbangan dalam menentukan target penjualan suatu perusahaan.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan karet PT Perkebunan Nusantara IX Semarang, dan menganalisis besarnya pengaruh harga dan kualitas produk terhadap volume penjualan karet PT Perkebunan Nusantara IX Semarang.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus merupakan salah satu jenis penelitian yang meneliti permasalahan melalui suatu kasus yang terdiri dari unit tunggal. Penelitian studi kasus bertujuan untuk mendapatkan gambaran atau pengetahuan yang mendalam mengenai peristiwa sesuai dengan konteksnya (Tohirin, 2012).

Pengumpulan data dengan menggunakan metode wawancara dan studi pustaka. Metode wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti dan narasumber. Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung proses penulisan.

Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dengan cara melakukan wawancara dengan karyawan yang ada dalam perusahaan berdasarkan pertanyaan yang telah dipersiapkan. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber pustaka terkait di PT Perkebunan Nusantara IX Semarang serta data *time series*. Data *time series* yang digunakan merupakan data dari tahun 2015-2017 sehingga terdapat 36 data.

Data yang telah diperoleh akan dianalisis menggunakan analisis deskriptif. Analisis data yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu harga dan kualitas terhadap variabel dependen yaitu volume penjualan dapat diperoleh dengan menggunakan uji Regresi Linier Berganda dengan rumus sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

Y = Volume Penjualan (Rp/bulan)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X₁ = Harga (Rupiah)

Data dianalisis menggunakan Microsoft Excel 2007 dan SPSS versi 16.0. Data diuji normalitas untuk mengetahui data tersebut berdistribusi normal atau tidak normal dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Sebelum dilakukan pengujian analisis regresi linier berganda, maka terlebih dahulu perlu dilakukan suatu uji asumsi klasik yang harus memenuhi kriteria BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Perkebunan Nusantara IX (Persero) atau PTPN IX merupakan perusahaan BUMN yang bergerak di bidang perkebunan yang didirikan pada tanggal 11 Maret 1996 berdasarkan Peraturan Pemerintah No.14 tahun 1996. PT Perkebunan Nusantara IX (Persero) merupakan pelebunan dari PT Perkebunan XV-XVI (Persero) dan PT Perkebunan XVIII (Persero). PTPN IX (Persero) memiliki dua divisi. Pertama, Divisi Tanaman Tahunan yang membudidayakan dan menghasilkan produk-produk dari tanaman karet, kopi, kakao, dan teh. Kedua, Divisi Tanaman Semusim (Pabrik Gula) yang menghasilkan produk-produk dari tanaman tebu.

Kualitas Karet

PT. Perkebunan Nusantara IX memiliki 2 jenis kualitas karet yaitu lateks kebun dan *Ribbed Smoked Sheet* (RSS). Lateks kebun merupakan cairan getah yang dihasilkan dari proses penyadapan pohon karet dan belum mengalami pengolahan sama sekali. *Ribbed Smoked Sheet* (RSS) merupakan jenis karet konvensional yang termasuk dalam produk kedua terbesar yang sedang dikembangkan di Indonesia setelah karet remah atau SIR (*Standard Indonesian Rubber*).

Ribbed Smoked Sheet (RSS) diolah secara mekanis dan kimiawi melalui beberapa proses pengolahan yaitu penerimaan lateks dari kebun, pengenceran, pembekuan, penggilingan, pengasapan dan sortasi. Proses pengolahan lateks di tempat pengolahan atau pabrik biasanya memiliki urutan kerja untuk menghasilkan olahan lateks berupa lembaran (*sheet*). Pengolahan lembaran (*sheet*) oleh perkebunan dilakukan di pabrik pengolahan dengan menggunakan peralatan yang lebih baik dan dengan kapasitas yang lebih besar sehingga *sheet* yang dihasilkan dapat berkualitas tinggi.

Kualitas mutu karet terdiri dari berbagai mutu mulai dari yang paling baik yaitu RSS-1, RSS-2, RSS-3, RSS-4 dan *cutting*. *Cutting* merupakan potongan dari lembaran yang terlihat masih mentah atau terdapat gelembung udara hanya pada sebagian kecil sehingga dapat digunting.

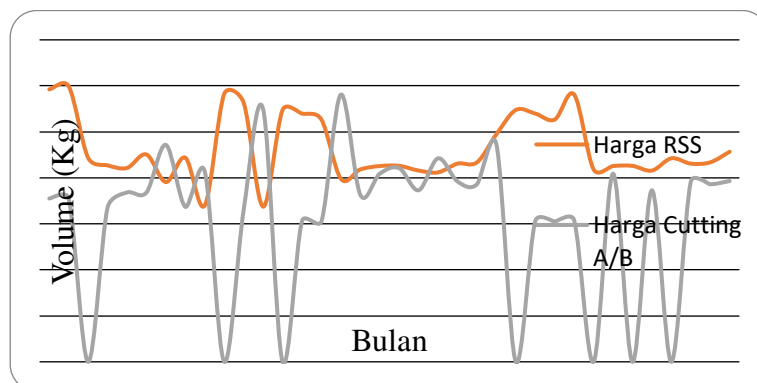
Tabel 1. Syarat Kelas Mutu RSS

Kelas Mutu	Penampakan Visual	Cacat yang diperkenankan
RSS-1	<ul style="list-style-type: none"> • Kering, bersih, kuat • Warna cerah dan seragam • Bebas dari gelembung udara, bintik putih, jamur, bercak, karat dan bahan lainnya. 	Sedikit gelembung udara sebesar kepala jarum dengan letak tersebar
RSS-2	<ul style="list-style-type: none"> • Kering, bersih, kuat • Warna cukup cerah dan cukup seragam • Masih diperkenankan adanya bintik atau bercak 	<ul style="list-style-type: none"> • Bercak karat atau jamur <5% • Sedikit gelembung udara sebesar kepala jarum dengan letak tersebar
RSS-3	<ul style="list-style-type: none"> • Tebal, gelap, warna tidak merata • Terdapat gelembung udara dan titik mentah serta lengket. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gelembung udara sebesar 3 kali ukuran • Jarum • Bercak karat dan cendawan <10%
RSS-4	<ul style="list-style-type: none"> • Kering, kuat, tidak cacat, tidak melepuh 	<ul style="list-style-type: none"> • Gelembung udara kecil sebesar 4 kali ukuran jarum pentul. • Bercak karat atau jamur <20%
Cutting A/B	<ul style="list-style-type: none"> • Kuat, tidak terdapat kotoran • Masih diperkenankan adanya bintik atau gelembung kecil 	<ul style="list-style-type: none"> • Bercak jamur kering <30% • Pengeringan pada suhu tinggi dan bekas terbakar

Sumber: Badan Penelitian Teknologi Karet Bogor (2000)

Harga Karet

Harga jual karet RSS berkisar antara Rp 16.866 – Rp 29.949. Harga jual karet *Cutting A/B* berkisar antara Rp 0 – Rp 29.047. Berikut grafik perubahan harga karet RSS dan *Cutting A/B* PT Perkebunan Nusantara IX Semarang selama 3 tahun.



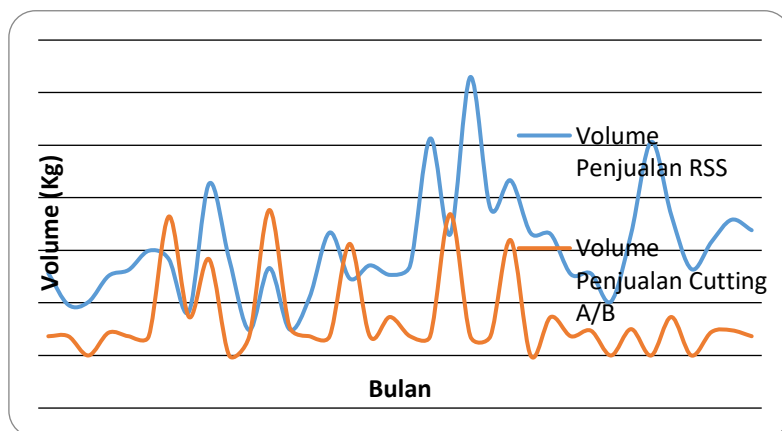
Ilustrasi 1. Grafik Perubahan Harga Karet RSS dan Cutting A/B Tahun 2015-2017.

Berdasarkan grafik dapat diketahui bahwa harga masing-masing mutu karet mengalami fluktuasi. Harga karet dapat mengalami fluktuasi karena permintaan menurun terkait dengan pangsa pasar otomotif. Perubahan harga karet yang terjadi setiap bulannya cukup stabil. Penentuan harga jual karet berdasarkan PI (*Price Idea*) produksi karet di PT Kantor Pemasaran Bersama Nusantara Jakarta. Penentuan *Price Idea* berdasarkan harga pasar karet di pasar Singapura (SICOM / *Singapore Commodity Exchange*).

Penetapan harga yang baik dimulai dengan pemahaman menyeluruh dari nilai yang diciptakan suatu produk bagi para pelanggan. Penetapan harga biasanya dilakukan untuk menambah nilai atau besarnya biaya produksi yang diperhitungkan terhadap biaya yang dikeluarkan dan pengorbanan tenaga dan waktu dalam memproses barang ataupun jasa. Slamet *et al.* (2016) menyatakan bahwa tujuan menetapkan harga adalah untuk mengetahui secara seksama biaya yang dikeluarkan untuk suatu produk dan memastikan bahwa konsumen mampu membayar produk dengan harga yang telah ditetapkan. Hal ini didukung oleh pendapat Pristyo (2013) bahwa penetapan harga produk merupakan suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan yang bertujuan untuk memberikan profit bagi perusahaan dalam menentukan suatu sasaran baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Volume Penjualan

Volume penjualan karet RSS berkisar antara 24.074 – 264.872 kg/bulan. Berikut grafik volume penjualan karet RSS dan *Cutting* A/B PT Perkebunan Nusantara IX Semarang.



Ilustrasi 2. Grafik Perubahan Volume Penjualan Karet RSS dan *Cutting* A/B Tahun 2015-2017

Berdasarkan Ilustrasi 2 dapat diketahui bahwa volume penjualan setiap bulannya mengalami perubahan yang cukup stabil. Hal ini disebabkan oleh harga, kualitas dan permintaan pasar yang tidak stabil setiap bulannya. Volume penjualan adalah hasil penjualan yang berhasil dicapai oleh suatu perusahaan melalui jumlah produk atau merek suatu perusahaan yang terjual dalam jangka waktu tertentu. Hal ini sesuai dengan pendapat Swastha (2004) bahwa volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Volume penjualan tidak memisahkan secara tunai maupun kredit tetapi dihitung secara keseluruhan dari total yang dicapai. Seandainya volume penjualan meningkat dan biaya distribusi menurun maka tingkat pencapaian laba perusahaan meningkat tetapi sebaliknya

jika volume penjualan menurun maka pencapaian laba perusahaan juga menurun. Hal ini didukung oleh pendapat Daryono (2011) menyatakan bahwa kegiatan penjualan mempunyai peranan yang sangat penting karena bila penjualan berhasil maka tujuan perusahaan untuk memperoleh pendapatan yang maksimal secara otomatis akan berhasil pula.

ANALISIS DATA

Uji Serempak (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara serempak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil uji serempak dapat dilihat pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Hasil Uji Serempak (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2.168E10	2	1.084E10	5.012	.013 ^a
Residual	7.138E10	33	2.163E9		
Total	9.306E10	35			

Sumber: Data Primer Diolah, 2019.

Berdasarkan Tabel 2 diperoleh hasil nilai F_{hitung} sebesar 5,012 dengan nilai Sig sebesar 0,013. Hal ini menunjukkan bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $5,012 > 3,285$ dan nilai Sig lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,013 sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima artinya bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji parsial dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	200167.452	62688.075		3.193	.003
Kualitas	44232.607	20840.863	.324	2.122	.041
Harga	-6.078	2.453	-.379	-2.478	.019

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 3 diperoleh nilai Sig variabel kualitas sebesar 0,041, nilai sig variabel harga sebesar 0,019. Variabel harga memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari nilai signifikansi variabel kualitas sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga lebih berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan.

Berdasarkan Tabel 3 dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut.

$$Y = 200.167,452 - 6,078 X_1 + 44.232,607 X_2 \dots\dots\dots (2)$$

Pengaruh Harga terhadap Volume Penjualan

Berdasarkan hasil penelitian harga berpengaruh terhadap volume penjualan karena pada uji parsial diperoleh hasil nilai t hitung sebesar 2,478 lebih besar dari nilai t tabel

2,032 dengan nilai signifikansi sebesar 0,019 lebih kecil dari nilai taraf signifikansi sebesar 0,05 yang artinya variabel harga secara signifikan mempengaruhi volume penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa harga memiliki nilai yang positif terhadap volume penjualan, jika harga yang ditawarkan kepada konsumen terjangkau maka volume penjualan akan semakin meningkat. Sesuai dengan pendapat (Rudianto, 2000) bahwa harga jual produk perusahaan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Harga jual yang terlalu tinggi akan membuat masyarakat tidak membeli atau mengurangi jumlah pembelian produk perusahaan sehingga perusahaan tidak memperoleh pendapatan dan laba yang cukup, sebaliknya harga jual yang terlalu rendah akan membuat perusahaan tidak mampu mencapai laba usaha yang direncanakan.

Pengaruh Kualitas terhadap Volume Penjualan

Berdasarkan hasil penelitian kualitas berpengaruh terhadap volume penjualan karena pada uji parsial diperoleh hasil nilai t hitung sebesar 2,122 lebih besar dari nilai t tabel 2,032 dengan nilai signifikansi sebesar 0,041 lebih kecil dari nilai taraf signifikansi sebesar 0,05 yang artinya variabel kualitas secara signifikan mempengaruhi volume penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas memiliki nilai yang positif terhadap volume penjualan.

Pengaruh Harga dan Kualitas terhadap Volume Penjualan

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 4 dapat dilihat bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $5,012 > 3,285$ dan nilai Sig lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,013 sehingga dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan. Hasil ini didukung oleh penelitian Ismayanti (2016) bahwa hasil perhitungan yang diperoleh nilai F dapat disimpulkan kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan.

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai Sig variabel kualitas sebesar 0,041, nilai sig variabel harga sebesar 0,019. Nilai signifikansi variabel harga dan kualitas lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05 artinya variabel harga dan kualitas berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan. Hal ini didukung oleh penelitian Ismayanti (2016) bahwa hasil analisis uji t menunjukkan bahwa Variabel kualitas dan variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan karena nilai signifikansi kurang dari 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Variabel harga memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari nilai signifikansi variabel kualitas sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga lebih berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan.

Kenaikan harga dapat mempengaruhi penurunan volume penjualan. Sesuai dengan data dan prinsip ekonomi bahwa ketika harga naik maka volume penjualan akan menurun hal ini disebabkan oleh saat konsumen membeli karet lebih mempertimbangkan kembali jika membeli kualitas yang sama tetapi harga lebih mahal. Harga mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap volume penjualan karena penentuan harga dalam proses pembelian dapat membantu konsumen dalam memutuskan pembelian produk tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Partina *et al.*, (2017) bahwa pengujian variabel harga menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Hasil ini menunjukkan bahwa harga yang ditentukan dalam proses pembelian akan membantu konsumen dalam memutuskan pembelian produk tersebut, maka semakin terjangkau harga dapat mempengaruhi pembelian yang akan memberikan dampak baik untuk peningkatan volume penjualan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh harga dan kualitas produk terhadap volume penjualan dapat ditarik kesimpulan bahwa secara serempak dan parsial variabel harga dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan karet. Harga mempunyai pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan kualitas.

Saran yang dapat diberikan adalah sebaiknya PT Perkebunan Nusantara IX lebih memperhatikan dalam menetapkan harga jual karet agar sesuai dengan harga pasar dan tidak menetapkan harga yang dapat membuat konsumen merasa tidak sesuai dan sebaiknya PT Perkebunan Nusantara IX harus meningkatkan kualitas produk yang dijual agar dapat meningkatkan volume penjualan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih Pimpinan Program Studi Agribisnis, Direktur dan Karyawan PT Perkebunan Nusantara IX.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Penelitian Teknologi Karet. 2000. *Jok Sebutret, Produk Alternatif yang Prospektif*. Pemda, Bogor.
- Daryono. 2011. *Manajemen Pemasaran*. CV Yrama Widya, Bandung
- Ismayanti, D. 2016. Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Volume Penjualan Industri Kerupuk Singkong Di Desa Bamban Kecamatan Angkinang Kabupaten Hulu Sungai Selatan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 2 (1): 56-64.
- Partina, R., S. B. Wibowo, dan N. W. Sulistyowati. 2017. Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Volume Penjualan Kabupaten Magetan Tahun 2012-2016. *Jurnal Pendidikan Akuntansi* V (1) : 203-223.
- Pristyo, M. 2013. Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada UD. Eka Jaya Di Surabaya. *Jurnal Kewirausahaan* 1 (1): 27-37.
- Rudianto. 2000. *Akuntansi Manajemen: Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Manajemen*. PT Grasindo, Jakarta.
- Slamet, F., H. K. Tunjungsari dan L. Mei. 2016. *Dasar-dasar Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Indeks, Jakarta.
- Swastha, B. 2004. *Azas-azas Marketing*. Liberty, Yogyakarta.
- Tohirin. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling*. PT Raja