

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Prosedur**

‘Prosedur adalah tata cara atau cara menjalankan suatu pekerjaan’,(Ali dalam Necel, 2014:1), sedangkan menurut Kamaruddin (dalam Necel, 2014:1) ‘prosedur pada dasarnya adalah suatu susunan yang teratur dari kegiatan yang berhubungan satu sama lainnya dan prosedur-prosedur yang berkaitan melaksanakan dan memudahkan kegiatan utama dari suatu organisasi’.

Sedangkan pengertian prosedur menurut Masya (dalam Necel, 2014:1) ‘prosedur adalah suatu rangkaian tugas-tugas yang saling berhubungan yang merupakan urutan-urutan menurut waktu dan tata cara tertentu untuk melaksanakan suatu pekerjaan yang dilaksanakan berulang-ulang’. Menurut Wikipedia (2014:1), “prosedur adalah serangkaian aksi yang spesifik, tindakan atau operasi yang harus dijalankan atau dieksekusi dengan cara yang sama agar selalu memperoleh hasil yang sama dari keadaan yang sama contohnya, prosedur kesehatan dan keselamatan kerja”.

Berdasarkan beberapa pengertian prosedur diatas dapat disimpulkan bahwa prosedur adalah suatu rangkaian tugas yang menunjukkan tata cara dalam menjalankan suatu kegiatan yang dimaksudkan sebagai pedoman untuk memudahkan dalam pelaksanaan suatu kegiatan.

#### **2.2 Perdagangan Internasional**

Perdagangan Internasional merupakan perdagangan barang dan jasa yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain atas dasar kesepakatan bersama. Pengertian penduduk disini bisa mencakup hubungan antar perorang (individu dengan individu), antara individu dengan pemerintah dari negara tertentu atau antar pemerintah dari negara tertentu. (Setiawan, 2011:2).

Sedangkan menurut Putu (2013:1), “perdagangan internasional adalah proses tukar menukar yang didasarkan atas kehendak sukarela dari masing-masing negara”.

Berdasarkan beberapa pengertian perdagangan internasional tersebut, maka dapat diasumsikan bahwa perdagangan internasional merupakan proses jual beli atau tukar menukar yang dilakukan oleh beberapa pihak yang berada di negara yang berbeda yang didasarkan pada kepercayaan dan kesepakatan bersama.

### 2.2.1 Manfaat Perdagangan Internasional

Menurut Setiawan (2011:15-16), secara umum terdapat beberapa manfaat dari perdagangan internasional, yaitu:

1. Meningkatkan hubungan persahabatan antar negara  
 Dalam perdagangan internasional, manfaat yang dirasakan oleh negara yang melaksanakannya bukan hanya manfaat pemenuhan kebutuhan tetapi juga dapat menjalin hubungan baik antar negara atau hubungan diplomatik. Jika hubungan ini terjalin dengan baik, maka negara tersebut dapat saling membantu bilamana mengalami kesulitan dalam pemenuhan kebutuhan.
2. Kebutuhan setiap negara dapat tercukupi  
 Dengan perdagangan internasional, suatu negara yang masih kekurangan dalam memproduksi suatu barang dapat dipenuhi dengan mengimpor barang dari negara yang mempunyai kelebihan hasil produksi. Sebaliknya negara yang mempunyai kelebihan hasil produksi barang dapat mengekspor barang tersebut ke negara yang kekurangan. Dengan begitu kebutuhan setiap negara dapat tercukupi.
3. Mendorong kegiatan produksi barang secara maksimal  
 Jika pasar luar negeri semakin luas, maka produksi dalam negeri terdorong semakin meningkat. Dengan demikian, para pengusaha terdorong untuk menghasilkan barang produksi secara besar-besaran.
4. Mendorong kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi  
 Perdagangan luar negeri memungkinkan negara tersebut mengimpor mesin-mesin atau alat-alat moderen untuk melaksanakan teknik produksi dan cara produksi yang lebih baik. Dengan demikian, teknologi yang lebih modern dapat meningkatkan produktivitas dan dapat mempercepat pertumbuhan produksi.
5. Setiap negara dapat mengadakan spesialisasi produksi  
 Perdagangan internasional dapat mendorong setiap negara untuk mengadakan spesialisasi produksi dengan memanfaatkan sumber daya alam, tenaga kerja, modal dan keahlian secara maksimal.
6. Memperluas lapangan kerja  
 Jika pasar luar negeri semakin meluas, maka barang atau jasa yang dihasilkan juga semakin bertambah. Peningkatan hasil produksi meningkatkan kebutuhan tenaga kerja bagi perusahaan sehingga membuka kesempatan kerja baru dan mengurangi pengangguran.

### 2.2.2 Ekspor

Salah satu kegiatan yang dilakukan pada perdagangan internasional adalah kegiatan ekspor. “Ekspor adalah kegiatan menjual barang dan jasa dari dalam negeri keluar negeri” (Setiawan, 2011:2).

Sedangkan menurut Christianty (2012:1), Ekspor adalah kegiatan menjual barang atau jasa ke negara lain atau negara asing. Sebuah ekspor yang baik

terjadi bila perubahan kepemilikan dari penduduk untuk seorang non-residen, ini tidak selalu berarti bahwa baik dalam pertanyaan fisik persilangan perbatasan. Namun, dalam kasus tertentu rekening nasional menyalahkan perubahan kepemilikan meskipun secara hukum tidak ada perubahan kepemilikan terjadi (misalnya leasing keuangan lintas batas, batas pengiriman silang antara afiliasi dari perusahaan yang sama, barang-barang melintasi perbatasan untuk memproses signifikan untuk memesan atau perbaikan). Juga, barang selundupan harus disertakan dalam pengukuran ekspor.

Dari kedua pendapat mengenai ekspor tersebut, maka dapat diasumsikan bahwa ekspor merupakan kegiatan menjual barang dan jasa dari suatu negara ke negara lain atau negara asing yang dilakukan sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan.

### **2.3 Standarisasi**

Berdasarkan pernyataan dari Amir (2007:282), salah satu upaya dalam meningkatkan daya saing komoditi Indonesia di pasar dunia pada taraf pertama dilakukan penyeragaman mutu. Selanjutnya dilakukan standarisasi atau pembakuan mutu dan kemudian secara selektif diadakan standarisasi mutu khusus komoditi ekspor.

Untuk lebih mengetahui apa itu standarisasi, maka penulis menguraikan beberapa teori tentang standarisasi yaitu:

#### **2.3.1 Pengertian Standar dan Standarisasi**

Standar yang berarti satuan ukuran yang dipergunakan sebagai dasar pembandingan kuantitas, kualitas, nilai, hasil karya yang ada. Dalam arti yang lebih luas maka standar meliputi spesifikasi baik produk, bahan maupun proses. Tidak boleh tidak, standar harus atau sedapat mungkin diikuti agar supaya kegiatan maupun hasilnya boleh dikatakan dapat diterima umum oleh penggunaan standar atau ukuran ini adalah hasil kerja sama pihak-pihak yang berkepentingan dalam industri dimana perusahaan itu berada. (Peni, 2013:1)

Menurut Sulastri (2012:1), standar adalah kesepakatan-kesepakatan yang telah didokumentasikan yang di dalamnya terdiri antara lain mengenai spesifikasi-spesifikasi teknis atau kriteria-kriteria yang akurat yang digunakan sebagai peraturan, petunjuk, atau definisi-definisi tertentu untuk menjamin suatu barang, produk, proses, atau jasa sesuai dengan yang telah dinyatakan.

Dari beberapa pengertian tersebut dapat diasumsikan bahwa standar adalah kesepakatan mengenai satuan ukuran mengenai spesifikasi teknis atau kriteria yang akurat yang digunakan sebagai pembanding kuantitas, kualitas, nilai hasil karya, petunjuk, atau definisi-definisi tertentu untuk menjamin suatu barang, produk, proses, atau jasa sesuai dengan yang telah dinyatakan. Sedangkan pengertian dari standarisasi yaitu:

Standarisasi merupakan penentuan ukuran yang harus diikuti dalam memproduksi sesuatu, sedang pembuatan banyaknya macam ukuran barang yang akan diproduksi merupakan usaha simplifikasi. Standarisasi adalah proses pembentukan standar teknis, yang bisa menjadi standar spesifikasi, standar cara uji, standar definisi, prosedur standar (atau praktik), dan lain-lain. (Peni, 2013:1).

### 2.3.2 Standar Nasional Indonesia

**Menurut BSN (2013), berlandaskan hukum pada PP 102 Tahun 2000 tentang Standarisasi Nasional** merupakan subsistem dari Sistem Standarisasi Nasional (SSN). Pada dasarnya merupakan akumulasi pengetahuan, teknologi dan pengalaman dari para pemangku kepentingan (stakeholder) yang terlibat proses pencapaian kesepakatan.

BSN (2013), juga menyatakan yakni mengacu pada pedoman tentang pengembangan SNI mencakup kelembagaan dan proses yang berkaitan dengan perumusan, penetapan, publikasi dan pemeliharaan SNI. Agar SNI memperoleh keberterimaan yang luas diantara para stakeholder , maka sesuai dengan *WTO Code of good practice* pengembangan SNI harus memenuhi sejumlah norma, yakni:

(a) ***Openess***

Terbuka bagi agar semua stakeholder yang berkepentingan dapat berpartisipasi dalam pengembangan SNI.

(b) ***Transparancy***

Transparan agar semua stakeholder yang berkepentingan dapat mengikuti perkembangan SNI mulai dari tahap pemrograman dan perumusan sampai ke tahap penetapannya . Dan dapat dengan mudah memperoleh semua informasi yang berkaitan dengan pengembangan SNI.

(c) ***Consensus and impartiality***

Tidak memihak dan konsensus agar semua stakeholder dapat menyalurkan kepentingannya dan diperlakukan secara adil.

(d) ***Effectiveness and relevance***

Efektif dan relevan agar dapat memfasilitasi perdagangan karena memperhatikan kebutuhan pasar dan tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

(e) **Coherence**

Koheren dengan pengembangan standar internasional agar perkembangan pasar negara kita tidak terisolasi dari perkembangan pasar global dan memperlancar perdagangan internasional.

(f) **Development dimension**

Berdimensi pembangunan agar memperhatikan kepentingan publik dan kepentingan nasional dalam meningkatkan daya saing perekonomian nasional.

### 2.3.3 Standar Karet Ekspor

Standarisasi karet ekspor menurut Amir (2004:230) yaitu Standar Indonesia Rubber (SIR) diperdagangkan dalam bentuk bongkah (block) yang telah dikempa masing-masing seberat 75 (tujuh puluh lima) lb (Pound = 0,453592 kg) dengan ukuran 28 x 14x 6,5 inci (Inch = 2,54cm).

Bongkah-bongkah dibungkus dengan lembaran plastic polyrthylene, tebal 0,03 m.m dengan titik pelunakan kurang dari 108° C, berat jenis 0,92 dan bebas dari segala macam bentuk pelapis (*coating*).

Pengepakan selanjutnya dapat dilakukan dalam kantong kertas kraft 4 ply atau dalam bentuk pallet seberat ½ ton atau 1 (satu) ton. SIR terdiri dari 4 (empat) jenis mutu dengan spesifikasi teknis sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Spesifikasi Mutu Karet**

Karakteristik		SIR-5	SIR-20	SIR-35	SIR-50
Kadar kotoran ( <i>Dirt Content</i> )	% max	0,05	0,20	0,35	0,50
Kadar abu ( <i>Ash Content</i> )	% max	0,50	0,75	1,0	1,25
Kadar zat menguap ( <i>Volatile matter</i> )	% max	1,0	1,0	1,0	1,0

Sumber: Buku *Seluk Beluk dan Teknik Perdagangan Luar Negeri* (Amir M.S), 2004

Semua jenis karet SIR harus disertai nilai Plasticity-Retention Index (P.R.I) dengan mempergunakan tanda huruf:

H = Untuk PRI lebih besar atau sama dengan 80

M = Untuk PRI antara 60 – 79

S = Untuk PRI antara 30 – 59

Karet dengan nilai PRI di bawah 30 tidak masuk SIR. Karet yang berwarna muda (angka komparator warna Lovibond tidak kruang dari 5,5 yang masuk dalam gabungan SIR-5 dapat dinyatakan sebagai SIR-5L.

## 2.4 Mutu (*Quality*)

Dalam pelaksanaan suatu kegiatan perdagangan, tentunya produsen harus memperhatikan mutu dari produknya agar produk tersebut sesuai dengan permintaan pasar. Untuk mengenal tentang mutu lebih lanjut, maka penulis menguraikan teori-teori yang berkaitan dengan mutu yaitu:

### 2.4.1 Pengertian Mutu

Menurut Assauri (2008: 292), “mutu diartikan sebagai faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang/hasil yang menyebabkan barang/hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang/hasil itu dimaksudkan atau dibutuhkan”.

Ada beberapa pengertian mutu yang dikutip Herjanto (2008:392), yaitu:

*“Quality is fitness for use”* (Joseph M. Juran, 1974)

*“Quality means conformance to requirements”* (Philip B. Crosby, 1979)

*“Quality is the total composite product and service characteristics of marketing, engineering, manufacture, and maintenance through which the product and service in use will meet the expectations of the customer”* (Freigenbaum, 1983)

“Mutu adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang inheren dalam memenuhi persyaratan” (SNI 19-9000:2000)

Herjanto (2008:392), menyatakan bahwa tidak ada suatu definisi tentang mutu yang secara universal dapat diterapkan pada semua jenis organisasi atau perusahaan. Setiap perusahaan perlu mendefinisikan arti mutu bagi dirinya dalam melayani pelanggan, karyawan, pemilik saham, pasar, dan masyarakat. Pengertian mutu sedapat mungkin mencerminkan visi organisasi, misi, dan nilai-nilai yang dianut perusahaan.

Dari beberapa pengertian diatas maka dapat diasumsikan bahwa mutu adalah suatu kesesuaian berdasarkan penggunaan suatu barang tersebut hingga dapat mencapai kepuasan dari pemakaiannya.

### 2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mutu

Dalam penetapan mutu untuk suatu komoditi ekspor tentunya ada beberapa faktor yang akan mempengaruhi suatu mutu barang, menurut Assauri (2008:293-294) ada beberapa faktor yang mempengaruhi mutu, yaitu sebagai berikut:

a. Fungsi suatu barang

Suatu barang yang dihasilkan hendaknya memerhatikan fungsi untuk apa barang tersebut digunakan atau dimaksudkan, sehingga barang-barang yang dihasilkan harus dapat benar-benar memenuhi fungsi tersebut. Pemenuhan fungsi suatu barang dapat mempengaruhi kepuasan para konsumen, sedangkan tingkat kepuasan tertinggi tidak selamanya dapat dipenuhi atau dicapai, maka tingkat suatu mutu barang tergantung pada tingkat pemenuhan fungsi kepuasan penggunaan barang yang dapat dicapai. Mutu yang hendak dicapai sesuai dengan fungsi untuk apa barang tersebut digunakan atau dibutuhkan, tercermin pada spesifikasi dari barang tersebut seperti kecepatan, tahan lamanya, kegunaannya, berat, bunyi, mudah/tidaknya perawatan dan kepercayaannya.

b. Wujud Luar

Salah satu faktor yang penting dan sering digunakan oleh konsumen dalam melihat suatu barang pertama kalinya, untuk menentukan mutu barang tersebut, adalah wujud luar barang itu. Faktor wujud luar yang terdapat pada suatu barang tidak hanya terlihat dari bentuk, tetapi juga dari warna, susunan (seperti pembungkusan), dan hal-hal lainnya.

c. Biaya Kegagalan (*Failure*)

Dalam biaya kegagalan terdapat biaya-biaya yang disebabkan oleh faktor-faktor internal yang dalam hal ini disebut kegagalan internal, seperti biaya-biaya yang dikeluarkan pada saat pengolahan (*processing*). Selain itu juga terdapat biaya-biaya yang disebabkan oleh faktor-faktor eksternal yang dalam hal ini disebut kegagalan eksternal, seperti biaya-biaya yang dikeluarkan sesudah produk yang dihasilkan sampai ke tangan pembeli, meliputi biaya untuk perbaikan atau penggantian dari produk yang gagal atau rusak sesudah sampai di tangan pembeli, maupun untuk usaha-usaha penyelidikan dan perubahan desain sebagai akibat gagalnya suatu produk dalam pasaran.

### 2.4.3 Perumusan Kebijakan dalam Mutu

Menurut Amir (2007:281), mutu komoditi yang ditawarkan harus memenuhi atau sesuai dengan selera konsumen. Menentukan selera konsumen bukanlah pekerjaan yang mudah. Kalau komoditi ekspor itu menyangkut barang konsumsi seperti pakaian, makanan, minuman, perabot rumah tangga, maka “selera” itu sangat tergantung dari sifat, watak dan kebiasaan individu. Kalau komoditi ekspor itu menyangkut “bahan baku industri” seperti karet, kopi, kayu lapis, maka “selera” itu lebih banyak ditentukan oleh faktor teknologi dari masing-masing pemakai (*users*).

Berdasarkan pernyataan diatas, jadi mutu dari komoditi ekspor suatu negara harus direncanakan serta dirumuskan agar tercapai mutu yang baik untuk

komoditi ekspor negara tersebut, menurut Assauri (2008:297), dalam perumusan kebijaksanaan mengenai mutu perlu diperhatikan beberapa faktor yaitu:

- a. Proses Pembuatan  
Mutu yang ditetapkan akan dicapai atau dihasilkan perlu memerhatikan siklus proses pembuatan (*manufacturing cycle*), dimana untuk suatu mutu yang lebih baik dibutuhkan waktu yang lebih lama.
- b. Aspek Penjualan  
Faktor mutu yang akan dicapai sangat erat hubungannya dengan kegiatan penjualan. Apabila mutu dari barang yang dihasilkan terlalu rendah, maka hal ini dapat menyebabkan berkurangnya penjualan, dan sebaliknya apabila mutu terlalu tinggi menyebabkan terdapatnya biaya produksi yang mahal, sehingga harga penjualan menjadi mahal dan jumlah yang dapat terjual menjadi terbatas (lebih sedikit) karena kemampuan pembeli terbatas.
- c. Perubahan Permintaan Konsumen/Pemakai  
Konsumen atau pemakai sering menginginkan terdapatnya perubahan-perubahan dari barang yang dipakainya. Perubahan ini perlu diperhatikan oleh produsen, sehingga dia dapat mengetahui dan mengikuti keadaan yang terdapat dalam pasaran.
- d. Peranan Inspeksi  
Untuk dapat menghasilkan barang agar tetap sesuai menurut standar yang telah ditetapkan, maka peranan inspeksi sangat penting. Inspeksi hanya dapat mengawasi atau menjaga mutu agar sesuai dengan apa yang telah ditetapkan sebagai standar, dan berusaha untuk memperkecil biaya produksi yang ditimbulkan oleh pengawasan mutu.
- e. Lingkup dari Perumusan Kebijaksanaan yang Diambil  
Dalam hal ini perlu dipertimbangkan apakah perlu diadakan pengolahan atau penilaian mutu pada setiap tingkat proses produksi yang ada, dan tidak hanya dilakukan apabila proses pembuatan/produksi telah selesai. Hal ini perlu diputuskan, dengan memerhatikan syarat-syarat apa yang diminta oleh konsumen dalam hal mutu ini, dan faktor-faktor utama yang perlu dibuat dalam hasil yang akan membentuk perumusan kebijakan mengenai mutu.

## **2.5 Dokumen-Dokumen dalam Prosedur Standarisasi Kelayakan Mutu**

Hasil dari pelaksanaan prosedur standarisasi kelayakan mutu suatu komoditi ekspor yaitu berbagai dokumen. Dokumen tersebut harus ada saat suatu perusahaan melakukan kegiatan ekspor. Adapun dokumen tersebut yaitu:

### **2.5.1 Sertifikat Mutu (*Certificate of Quality*)**

Menurut Setiawan (2011:184), sertifikat mutu diterbitkan oleh Pusat Pengujian Mutu Barang (PPMB) atau Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang (BPSMB) yang berada di bawah naungannya. Sertifikat ini berisikan informasi tentang hasil analisis barang atas dasar pemeriksaan laboratorium.

Sedangkan menurut Mediabpr.com (2013), “Sertifikat Mutu adalah *certificate of quality* yaitu sertifikat yang menerangkan bahwa kualitas atau mutu barang telah sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan oleh pembeli dan ditandatangani oleh pejabat berwenang”.

Dari beberapa pengertian diatas, maka dapat diasumsikan sertifikat mutu adalah sertifikat yang menerangkan kualitas atau mutu barang yang diterbitkan oleh Pusat Pengujian Mutu Barang (PPMB) atau Balai Pengujian dan Sertifikasi Mutu Barang (BPSMB).

### **2.5.2 Sertifikat Produk (*Certificate of Product*)**

Menurut Sucofindo (2013), Sertifikasi produk adalah pemberian jaminan tertulis dari pihak ketiga independen bahwa suatu produk beserta proses yang mendukungnya telah memenuhi persyaratan kesehatan, keamanan, keselamatan dan lingkungan. Sertifikasi ini bertujuan mendukung penerapan Standar Keselamatan Produk, Fasilitasi ekspor melalui keagenan Marking negara tujuan ekspor, Fasilitasi industri dalam penerapan standar-standar internasional (IEC, ISO, dan lain-lain).

Dari pengertian sertifikasi produk diatas, maka dapat ditarik pengertian mengenai sertifikat produk yaitu, sertifikat produk merupakan sertifikat yang didapatkan oleh perusahaan atas barang yang diuji kualitas, kesehatan, dan keselamatannya yang diberikan oleh pihak ketiga independen.

### **2.5.3 Sertifikat Analisis (*Certificate of Analysis*)**

Sertifikat analisis menurut Setiawan (2011:185), merupakan “keterangan tentang bahan-bahan dan proporsi bahan yang terdapat dalam barang tertentu yang harus diperiksa. Penelitian ini dilakukan badan analisis bahan kimia atau obat-obatan yang berdiri sendiri”.

Menurut Mediabpr.com (2013), “Sertifikat Analisis adalah *certificate of analysis* yaitu surat keterangan dari pihak ketiga yang berwenang atau produsen yang diperlukan untuk suatu kontrak penjualan dan penyerahan barang, yang membuktikan bahwa barang-barang tersebut telah diperiksa”.

Dari teori diatas maka dapat diasumsikan, bahwa sertifikat analisis adalah keterangan tentang bahan dan proporsi bahan yang ada dalam barang tersebut yang dikeluarkan dari pihak ketiga yang berwenang.