

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Salah satu komoditas primadona perikanan yang memiliki permintaan cukup tinggi adalah udang. Udang tercatat berada pada peringkat pertama ekspor perikanan Indonesia dengan sumbangan volume ekspor sebesar 14,13 persen dan nilai ekspor sebesar 42 persen terhadap neraca perdagangan perikanan Indonesia (KKP 2015). Udang ekspor Indonesia secara umum terdiri atas tiga jenis yaitu udang segar, beku, dan olahan. Namun, hanya udang beku dan olahan yang memiliki nilai ekspor cukup besar masing-masing 77,38 persen dan 21,91 persen (UN Comtrade 2018).

Sebagai salah satu negara penghasil udang utama di dunia, Indonesia memiliki peluang untuk meningkatkan ekspor udang ke pasar internasional seiring meningkatnya konsumsi udang dunia. OECD (2017) memprediksi bahwa konsumsi udang dunia akan meningkat pada tahun 2025 dari tahun 2015 sebesar 6,7 persen (Eropa), 7,2 persen (Asia Pasifik), dan 3,0 persen (Amerika Utara). Pasar tujuan ekspor utama udang beku dan olahan dunia adalah Amerika Serikat sebesar 33 persen pada tahun 2017 dengan nilai ekspor mencapai US\$ 6,7 milyar. Pasar udang beku dan olahan dunia terbesar kedua adalah Uni Eropa sebesar 22 persen dengan nilai ekspor US\$ 4,9 milyar disusul oleh Jepang sebesar 12 persen dengan nilai ekspor US\$ 2,5 milyar (World Bank 2019).

Tabel 1.1 Data Penjualan Produk Udang

Tahun	Ton	Rp(juta)
2015	2.524	258.424
2016	2.863	255.779
2017	1.862	162.341
2018	1.956	194.486
2019	1.389	163.371
2020	2.135	235.505

Sumber : Data Perjualan Per Tahun PT. Kelola Mina Laut unit pengolahan udang

Pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa adanya penurunan penjualan ditahun 2017-2019. Untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan diperlukan strategi yang tepat agar pelanggan percaya kembali dengan suatu produk, salah satunya dengan pemanfaatan teknologi informasi. Perkembangan teknologi harus kita manfaatkan dan harus dioptimalisasi melalui platform media digital. Dalam bidang bisnis, perusahaan-perusahaan yang bisa menanggapi permintaan dari pelanggan dengan cepat dan sesuai dengan perkembangan teknologi akan mendapatkan nilai tambah dibandingkan dengan para pesaingnya. Tuntutan kecepatan dalam pemrosesan ini dapat dilaksanakan dengan sarana Teknologi Informasi.

Salah satu contoh sarana Teknologi Informasi yang digunakan untuk membantu meningkatkan kecepatan pemrosesan adalah dengan menggunakan Kode QR. Saat ini, PT. Kelola Mina Laut mulai mengimplementasikan teknologi kode QR sebagai identifikasi ketelusuran produk mulai dari pemasok, area

tangkap, tanggal produksi dan mesin proses. Kode QR kemudian dapat diakses dengan cepat dengan melakukan pemindaian pada kode QR yang terdapat pada karton produk melalui situs web yang disediakan oleh perusahaan dan dapat diakses melalui kamera android maupun laptop.

Kode respons cepat (QR) merupakan kode batang matriks dua dimensi dan dapat dibaca mesin yang awalnya dikembangkan dan dirancang pada tahun 1994 oleh Denso Wave Incorporated untuk tujuan pemeriksaan inventaris yang akurat dan cepat. Kode batang satu dimensi konvensional hanya dapat menyimpan informasi secara horizontal, sedangkan kode QR memiliki kemampuan untuk menyimpan informasi baik secara vertikal maupun horizontal. Jadi informasi yang lebih sempurna dan besar dapat disimpan dalam kode QR daripada dalam kode batang konvensional satu dimensi. Informasi yang disimpan dapat dikodekan sebagai URL, teks, atau berbagai jenis data lainnya, yang dapat dengan mudah dibaca oleh kamera perangkat seluler. Dengan meningkatnya popularitas smartphone berkemampuan kamera, pengguna kode QR meningkat pesat. Pengiklan dan pemasar Jepang dengan cepat menggunakan kode ini sebagai alat pemasaran dalam berbagai kegiatan pemasaran dan promosi karena penyimpanan informasi yang tinggi dan kapasitas penyandian kode QR. Pada awal 2000-an, kode QR dengan cepat memperoleh reputasi yang sangat baik di Eropa, dan di Amerika Utara segera setelah itu, dengan pemasar dan produsen menempatkan kode QR pada banyak produk dan layanan dari label anggur hingga botol sampo hingga permen. Di Cina, kode QR digunakan dalam banyak aktivitas sehari-hari

termasuk pemasaran, platform sosial (seperti WeChat), mpayment, belanja online, dan manajemen tiket (Hossain dkk., 2018).

Pada dasarnya kode QR bersifat dua dimensi dan dinamis. Menurut Pulliam dan Landry, Kode QR disetujui oleh Organisasi Internasional untuk Standardisasi (ISO) dan tersedia secara bebas. Siapa pun dapat membuat kode QR secara bebas untuk data atau tautan apa pun dari Internet. Kode-kode ini dirancang dengan baik dan terencana dengan baik, dengan kapasitas yang lebih baik daripada kode batang matriks satu dimensi atau konvensional. QR juga memiliki variabilitas dan kemampuan koreksi kesalahan. Hingga 30% dari data yang tidak jelas atau rusak dapat dipulihkan kembali (Hossain dkk., 2018).

Ketelusuran produk makanan adalah topik yang menarik perhatian semakin banyak peneliti di dunia. Untuk mengatur sistem ketertelusuran, perlu menyediakan data terbaru yang penting bagi pengguna, seperti asal produk, mode pemrosesan, kondisi penyimpanan, dan tanggal kedaluwarsa. Dalam setiap sistem terdapat titik kritis di mana hilangnya informasi secara sistematis terjadi ketika informasi tentang suatu produk atau proses tidak terkait dengan suatu produk dan dicatat secara sistematis (Hu dkk., 2013), sehingga penting untuk mengatur sistem sehingga titik kritis potensial dikenali dan masalah dihilangkan sebelum penerapan sistem ketertelusuran.

Ketelusuran produk adalah cara yang efisien untuk meningkatkan keamanan dan kualitas pangan dan untuk mengurangi biaya penarikan produk bermasalah dari pasar (Regattieri dkk., 2007), serta untuk meningkatkan strategi produksi dalam suatu perusahaan (Saltini dan Akkerman, 2012) dan pengendalian

produksi (Saltini dkk., 2013). Ketertelusuran produk sangat penting untuk industri produk yang mudah rusak (Lavelli, 2013). Negara-negara Uni Eropa, area ini diatur dengan standar Eropa untuk keterlacakan dan Teknologi Terbaik yang Tersedia (BAT), sebagaimana ditetapkan dalam standar ENISO 2205:2007 dan Petunjuk Eropa 2008/1/EC (Standardisasi, 2007). Di sisi lain, terlihat bahwa gaya hidup modern menyebabkan pemisahan antara pengguna (konsumen) dan produsen produk pangan (petani, petani) satu sama lain (Frewer dkk., 2005). Pemisahan ini berdampak pada meningkatnya ketidakpercayaan konsumen terhadap kualitas produk pangan, perbedaan interpretasi kondisi di mana hewan harus dipelihara untuk mendapatkan kepuasan.

Kualitas produk makanan dari properti tanah tertentu (Bosona dan Gebresenbet, 2013). Sebuah pelajaran (Zhang dkk., 2012) menunjukkan bahwa konsumen bersedia membayar harga premium positif yang signifikan untuk ketertelusuran makanan, karena sistem seperti itu sangat mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap produk tertentu (Chen dan Huang, 2013). (Cunha dkk., 2010) menunjukkan sistem identifikasi kebun anggur dan asal tanaman anggur berdasarkan kode QR yang tercetak pada wadah tempat tanaman anggur diangkut. Dengan membaca kode QR melalui ponsel dan menggunakan internet, pengguna dapat memperoleh informasi tentang asal, cuaca, dan kondisi lain di lapangan selama pertumbuhan anggur. Proyek ini juga menggunakan teknologi lain, seperti tag RFID, penentuan lokasi dengan GPS, pengukuran suhu, kelembaban dan polusi udara. Konsep ketertelusuran yang serupa ditunjukkan

pada (Ruiz-Garcia dkk., 2010), dimana data dari lapangan dikumpulkan melalui sistem berbasis web untuk pengolahan data.

Setiap pemasar wajib memahami konsumennya, baik konsumen sebagai individu maupun sebagai anggota kelompok (keluarga, teman sepergaulan, dan seterusnya). Aspek-aspek yang perlu dipahami, adalah bagaimana konsumen memikirkan, mempersepsikan, merasakan, mengevaluasi, dan memilih di antara berbagai alternatif merek, produk, dan pemasar. Kita perlu memahami perilaku konsumen karena untuk meningkatkan kinerja bisnis, mempengaruhi kebijakan publik, dan mengedukasi pelanggan. Konsekuensinya, kita juga harus mempelajari cara menjadi pelanggan yang bijak dan bertanggung jawab, agar memuaskan kebutuhan dan keinginannya.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar dapat memuaskan pelanggannya. Philip Kotler (2014) mendefinisikan Kepuasan Konsumen adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya. Pelanggan merasa puas kalau harapan mereka terpenuhi dan merasa amat gembira kalau harapan mereka terlampaui.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggan untuk datang kembali untuk pembelian ulang, serta dapat juga membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan. Semakin banyak pesaing, perusahaan semakin dituntut untuk dapat melihat setiap kesempatan serta mengembangkan strategi untuk dapat memberikan kepuasan pelanggan secara maksimal.

PT. Kelola Mina Laut unit Udang adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang perikanan khususnya jenis udang. Dengan varian produk yang cukup banyak maka diperlukan sebuah sistem Ketelusuran produk makanan yang mumpuni sehingga mampu bersaing dipasar global. Ketelusuran merupakan kemampuan perusahaan dalam menelusuri asal muasal atau lokasi produk (udang) atau bahan lain dan identifikasi dalam proses. Setiap produk yang diproses diberi kode angka (*numeric*) untuk menunjukkan Pabrik tempat memproses, lokasi udang yang diperoleh, tanggal dan bulan proses serta tahun proses.

Dalam penelitian dan penulisan tesis ini, akan dikaji sebuah sistem Informasi Ketelusuran dengan Kode QR mampu memberikan informasi bagi para pelanggan dan menjadikan pelanggannya menjadi puas sehingga mampu meningkatkan penjualan produk. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Kajian Kepuasan Pelanggan pada Penggunaan Kode QR Produk Udang Beku PT. Kelola Mina Laut berdasarkan teori *Stimulus Organism Response*”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan kerangka konsep diatas, maka dalam penelitian ini dapat kita rumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Bagaimana mengidentifikasi dan menganalisa Kegunaan Kode QR pada Produk Udang Beku PT. Kelola Mina Laut berdasarkan teori S-O-R ?
2. Bagaimana mengidentifikasi dan menganalisa Penerimaan Kode QR pada Produk Udang Beku PT. Kelola Mina Laut berdasarkan teori S-O-R ?

3. Bagaimana mengidentifikasi dan menganalisa Kelayakan Kode QR pada Produk Udang Beku PT. Kelola Mina Laut berdasarkan teori S-O-R ?
4. Bagaimana mengidentifikasi dan menganalisa Rasa pada penggunaan Kode QR Produk Udang Beku PT. Kelola Mina Laut berdasarkan teori S-O-R ?
5. Bagaimana mengidentifikasi dan menganalisa Kepuasan Pelanggan pada penggunaan Kode QR Produk Udang Beku PT. Kelola Mina Laut berdasarkan teori S-O-R ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi dan menganalisa Kegunaan Kode QR pada Produk Udang Beku PT. Kelola Mina Laut berdasarkan teori S-O-R.
2. Mengidentifikasi dan menganalisa Penerimaan Kode QR pada Produk Udang Beku PT. Kelola Mina Laut berdasarkan teori S-O-R.
3. Mengidentifikasi dan menganalisa Kelayakan Kode QR pada Produk Udang Beku PT. Kelola Mina Laut berdasarkan teori S-O-R.
4. Mengidentifikasi dan menganalisa Rasa pada penggunaan Kode QR Produk Udang Beku PT. Kelola Mina Laut berdasarkan teori S-O-R.
5. Mengidentifikasi dan menganalisa Kepuasan Pelanggan pada penggunaan Kode QR Produk Udang Beku PT. Kelola Mina Laut berdasarkan teori S-O-R.

1.4 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian sebagaimana dikemukakan di atas, maka hasil

penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1 Bagi Akademis

Secara akademis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menambah wawasan tentang pengetahuan dan pengembangan ilmu pemasaran dalam bidang kajian kepuasan pelanggan, khususnya pada penggunaan kode QR produk udang beku. Selain itu, hasil penelitian diharapkan dapat menarik minat penelitian lain dikalangan mahasiswa, serta dapat menjadi tambahan informasi bagi yang melakukan penelitian pada bidang yang sama

1.4.2 Bagi Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan mampu untuk dijadikan referensi sarana acuan dalam meningkatkan dan menambah wawasan mengenai kepuasan pelanggan pada. Dengan adanya penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak PT. Kelola Mina Laut khususnya pada penggunaan kode QR produk udang beku sebagai bahan evaluasi.

1.5 Definisi Istilah

1. Kode QR : suatu jenis kode matriks dua dimensi yang mampu menyimpan informasi secara horizontal dan vertikal, oleh karena itu secara otomatis Kode QR dapat menampung informasi yang lebih banyak
2. Teori S-O-R (*Stimulus Organism Response*) : Teori yang beranggapan bahwa *organism* menghasilkan perilaku / tanggapan jika ada kondisi *stimulus* tertentu.

Teori S-O-R menjelaskan bagaimana suatu rangsangan mendapatkan *respon*. Dalam penelitian ini Teori S-O-R terdiri dari rancangan *stimulus* yang terdiri dari kegunaan, penerimaan dan kelayakan dari kode QR. Rancangan *organisme* dalam penelitian ini adalah sesuatu yang dirasakan. Rancangan *respon* dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.

1.6 Batasan Penelitian

- 1 Kode QR yang digunakan berisi informasi sistem ketelusuran produk udang beku di PT. Kelola Mina Laut.
- 2 Dalam penelitian ini dasar teoritis yang digunakan adalah teori S-O-R.
- 3 Lokasi Penelitian adalah di lingkungan PT. Kelola Mina Laut Gresik
- 4 Informan dalam penelitian ini berjumlah 7 orang yang merupakan pelanggan dari PT. Kelola Mina Laut
- 5 Uji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan Triangulasi Sumber