

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis saat ini berkembang pesat, khususnya pada sektor perdagangan, salah satunya industri pangan. Industri pangan merupakan suatu proses yang menghasilkan, menyiapkan, mengolah, membuat, mengawetkan, mengemas, dan mengubah produk menjadi bentuk pangan (Yubilarisa, 2019). Industri pangan menjadi salah satu bagian dari pengolahan hasil pertanian yang menghasilkan produk seperti roti. Industri roti melakukan proses produksi dengan mengolah tepung terigu, telur, dan mentega menjadi produk pangan yang siap dikonsumsi, sehingga roti dapat berkembang dalam dunia perindustrian (Rahmawati dkk., 2019). Semakin berkembang usaha yang dijalankan, semakin besar pula kemungkinan terjadinya perubahan, sehingga industri roti dituntut untuk memahami kondisi lingkungan usaha dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat (Laksamana dkk., 2019).

Seiring berkembangnya usaha di bidang makanan, pelaku bisnis juga dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan perubahan pasar. Hal ini juga berlaku pada industri roti yang saat ini tumbuh cukup pesat di Indonesia. Roti menjadi salah satu makanan yang digemari masyarakat karena memiliki rasa khas, aroma yang harum, serta tekstur yang lembut. Selain itu, roti dikenal praktis dan cocok untuk dikonsumsi oleh masyarakat dengan aktivitas yang padat. Harga yang relatif terjangkau juga membuat roti diminati oleh berbagai kalangan (Febrianti dkk., 2021).

Di Indonesia, terdapat banyak usaha roti baik skala besar maupun usaha rumahan, dengan karakteristik produk dan sistem pemasaran yang berbeda-beda. Tidak hanya merek besar yang telah dikenal luas, usaha roti lokal juga berkembang dengan menawarkan harga yang lebih terjangkau dan cita rasa yang sesuai dengan selera masyarakat setempat. Usaha roti lokal memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian masyarakat karena mampu menyerap tenaga kerja serta memenuhi kebutuhan pangan di wilayah sekitarnya.

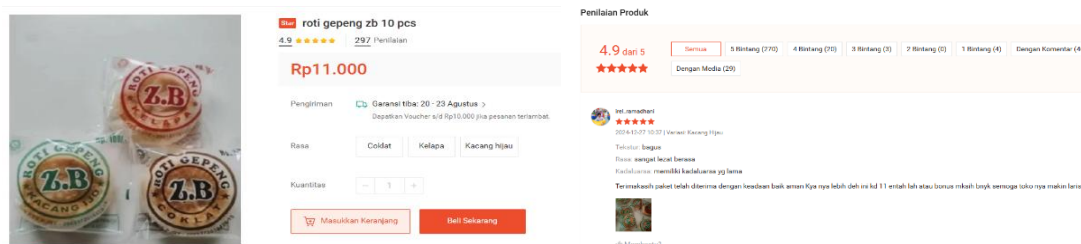
Salah satu usaha roti lokal yang cukup dikenal adalah roti gepeng ZB. Produk ini memiliki tekstur lembut, cita rasa khas, serta beberapa varian rasa seperti cokelat, kelapa, dan kacang hijau. Dalam menjaga kualitas produknya, roti gepeng ZB menggunakan bahan yang halal dan aman untuk dikonsumsi agar kepercayaan

pelanggan tetap terjaga. Upaya tersebut dilakukan untuk menciptakan kepuasan pelanggan dan mendorong terjadinya pembelian ulang.

Roti gepeng ZB telah berdiri selama kurang lebih 15 tahun dan memiliki lima cabang pabrik yang tersebar di beberapa wilayah, yaitu Palembang, Banjarbaru, Jawa Timur, Jawa Tengah, dan Jawa Barat. Cabang Bekasi mulai beroperasi sejak Maret 2010 yang berlokasi di Jalan Mekar Sari, Kecamatan Bekasi Timur, sebagai upaya memperluas jangkauan pasar di wilayah Jabodetabek. Namun, keberadaan roti gepeng ZB di Bekasi Timur juga menghadapi tantangan berupa persaingan yang semakin ketat dengan produk roti lokal lainnya.

Kondisi tersebut, loyalitas pelanggan menjadi faktor penting dalam menjaga keberlangsungan usaha. Pelanggan yang loyal umumnya memiliki tingkat kepuasan yang tinggi dan cenderung melakukan pembelian secara berulang. Tingkat kepuasan pelanggan dapat tercermin melalui ulasan dan penilaian yang diberikan, baik secara langsung maupun melalui platform daring seperti e-commerce (Prasetya, 2024). Selain itu, ulasan pelanggan, baik positif maupun negatif, dapat menjadi masukan bagi pelaku usaha untuk terus melakukan perbaikan terhadap kualitas produk dan pelayanan (Karundeng, 2023).

Ulasan pelanggan dapat dijadikan indikator awal dalam memahami perilaku pelanggan serta sebagai dasar dalam menyusun strategi peningkatan loyalitas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat loyalitas pelanggan terhadap produk roti gepeng ZB, khususnya di wilayah Kecamatan Bekasi Timur. *Rating* dan ulasan pelanggan roti gepeng ZB Bekasi Timur disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1 *Rating* dan *Review* Roti Gepeng ZB

Berdasarkan Gambar 1, roti gepeng ZB di Kecamatan Bekasi Timur Kota Bekasi memperoleh respons dari para pelanggannya melalui ulasan pada aplikasi Shopee. Dari data tersebut, terlihat bahwa pelanggan yang telah membeli produk roti gepeng ZB memberikan *rating* dan *review* terhadap produk tersebut. *Rating* rata-rata yang diberikan sebesar 4,9 dari skala 5, yang menunjukkan bahwa tingkat kepuasan

pelanggan berada pada kategori sangat baik. Selain itu, jumlah ulasan yang masuk sebanyak 297 *review*, dengan variasi penilaian mulai dari rating 1 hingga 5 bintang. Keberadaan *rating* dan ulasan ini dapat menjadi indikator awal bagi calon pelanggan lain dalam menilai kualitas produk dan layanan yang ditawarkan oleh roti gepeng ZB. Ulasan positif dari pelanggan sebelumnya juga berpotensi meningkatkan kepercayaan pelanggan baru, sehingga berperan penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di masa mendatang.

Tingginya tingkat kepuasan dan ulasan positif tidak menjamin bahwa roti gepeng ZB terbebas dari persaingan. Pada kenyataannya, bisnis roti di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat seiring meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk roti. Kondisi ini menyebabkan tingkat persaingan antar pelaku usaha semakin tinggi, terutama di tingkat lokal, di mana banyak produsen menawarkan produk serupa dengan harga dan kualitas yang beragam.

Perkembangan bisnis roti di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang cukup pesat, seiring dengan tingginya permintaan masyarakat terhadap produk roti. Kondisi ini menyebabkan persaingan antar perusahaan roti menjadi semakin ketat. Persaingan tersebut terjadi karena banyaknya pelaku usaha yang memperoleh keuntungan dan mampu bertahan lama di industri ini, sehingga mendorong munculnya perusahaan-perusahaan baru yang menawarkan produk sejenisnya dengan tujuan merebut pangsa pasar dan menarik perhatian pelanggan.

Dalam menghadapi era persaingan usaha yang terus berkembang, setiap pelaku usaha perlu memiliki pemahaman yang baik mengenai produk maupun jasa yang ditawarkan, agar mampu bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak di bidang serupa, termasuk dalam industri roti (Janah dkk., 2020). Melihat kondisi tersebut, pemilik roti gepeng ZB terdorong untuk terus memperkuat citra merek serta meningkatkan loyalitas pelanggan. Upaya maksimal dalam menjaga dan meningkatkan kualitas produk menjadi hal utama agar pelanggan memiliki kesan positif terhadap merek roti gepeng ZB dan terdorong untuk melakukan pembelian ulang secara berkelanjutan.

Selain itu, pemahaman terhadap kondisi pasar lokal juga penting agar perusahaan dapat menyesuaikan strategi pemasaran dengan karakteristik dan kebutuhan pelanggan di wilayah tersebut. Dengan mengetahui kondisi persaingan secara langsung, pelaku usaha bisa menentukan langkah yang lebih tepat untuk

mempertahankan posisi produknya di pasaran. Beberapa pesaing pabrik roti gepeng ZB di daerah Kota Bekasi pada Tabel 1.

Tabel 1 Pabrik Roti di Kota Bekasi

No	Produk	Produksi
1	Tosari Bakery	Kota Bekasi
2	Roti Lauw	Kota Bekasi
3	Roti Ace	Kota Bekasi
4	Bakpia MM	Kota Bekasi

Sumber: Analisis Data Primer (2025)

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh penjual roti gepeng ZB memiliki perbedaan dibandingkan dengan produsen roti lainnya. Pabrik roti gepeng ZB lebih mengutamakan upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggannya, salah satunya dengan cara menawarkan harga roti yang relatif terjangkau. Harapannya, dengan harga yang bersaing dan kualitas produk yang tetap terjaga, kebutuhan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi. Apabila harapan pelanggan telah terpenuhi, maka mereka cenderung akan merasakan kepuasan yang pada akhirnya dapat mendorong terjadinya pembelian ulang secara berkelanjutan (Noormaulida dkk., 2019).

Melalui strategi ini, pihak pabrik roti gepeng ZB berharap dapat menarik pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Perilaku dan loyalitas pelanggan menjadi faktor yang sangat penting bagi perusahaan dalam rangka mencapai target penjualan yang diharapkan. Dengan tingkat loyalitas pelanggan yang baik, diharapkan potensi terjadinya permasalahan dalam hal pemasaran produk yang dapat dikurangi (Noormaulida dkk., 2019). Hal ini didukung oleh sistem distribusi produk yang dilakukan oleh pabrik roti gepeng ZB, dimana produk disalurkan ke berbagai ruko dan toko melalui tenaga sales, sebagai bagian dari upaya promosi dan memperluas jangkauan distribusi produk.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait tingkat loyalitas pelanggan terhadap produk roti gepeng ZB, khususnya di wilayah Kecamatan Bekasi Timur, Kota Bekasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai tingkat loyalitas pelanggan, serta menjadi bahan masukan bagi pihak pabrik dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendukung peningkatan hasil usaha di masa yang akan datang.

1.2 Rumusan Masalah

Penjelasan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah

- 1) Bagaimana karakteristik pelanggan roti gepeng ZB di Kecamatan Bekasi Timur Kota Bekasi?
- 2) Bagaimana tingkat loyalitas pelanggan roti gepeng ZB di Kecamatan Bekasi Timur Kota Bekasi berdasarkan piramida loyalitas?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan mempertimbangan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk

- 1) Mengetahui karakteristik pelanggan roti gepeng di Kecamatan Bekasi Timur Kota Bekasi.
- 2) Mengetahui tingkat loyalitas pelanggan roti gepeng ZB di Kecamatan Bekasi Timur Kota Bekasi berdasarkan piramida loyalitas.

1.4 Manfaat Penelitian

- 1) Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan menjadi informasi terkait karakteristik dan tingkat loyalitas pelanggan di Kecamatan Bekasi Timur Kota Bekasi, sehingga dapat digunakan untuk memahami perilaku pelanggan dan menjadi dasar dalam mengembangkan usaha.
- 2) Bagi penulis, sebagai bahan untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis selama kuliah dan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 pada Fakultas Pertanian Universitas Islam 45 Bekasi.
- 3) Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan mampu menambah literasi terkait loyalitas pelanggan, serta menjadi referensi dan acuan bagi penelitian sejenis maupun karya tulis ilmiah selanjutnya.