

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Usaha *bakery* merupakan industri pangan olahan yang berfokus pada produksi dan pemasaran produk pangan berbahan dasar tepung, seperti roti, bolu, dan berbagai jenis produk bakery lainnya. Kegiatan *bakery* tidak hanya berkaitan dengan proses teknis produksi, tetapi juga meliputi aspek bisnis, persepsi dan penilaian konsumen, serta peluang usaha yang memanfaatkan perkembangan pasar produk *bakery* yang terus meningkat (Syarbini, 2021).

Awalnya usaha *bakery* hadir untuk memenuhi kebutuhan konsumsi sehari-hari yang praktis, harga yang relatif terjangkau, dan mudah dikonsumsi oleh masyarakat. Seiring perkembangan waktu, orientasi usaha ini tidak lagi berfokus pada kebutuhan dasar, tetapi beradaptasi dengan preferensi konsumen, seperti cita rasa, variasi produk, kualitas, tampilan, dan pelayanan. Dalam perkembangannya usaha *bakery* tidak hanya berfungsi sebagai penyedia pangan, tetapi juga digunakan sebagai oleh-oleh, hadiah, atau sajian pada berbagai acara dan momen tertentu.

Perkembangan usaha *bakery* di Indonesia menunjukkan tren yang semakin meningkat seiring dengan perubahan pola konsumsi masyarakat dan dinamika gaya hidup modern. Peningkatan kebutuhan masyarakat terhadap produk *bakery* menyebabkan kenaikan dalam jumlah produksi produk *bakery* nasional. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS, 2023), produksi produk *bakery* di Indonesia mengalami kenaikan yang cukup signifikan setiap tahunnya. Kenaikan ini didorong oleh berbagai inovasi dalam produk *bakery* serta meningkatnya preferensi konsumen terhadap makanan praktis. Ekspansi pasar dan distribusi yang lebih luas turut berkontribusi pada peningkatan produksi. Berikut data jumlah produksi roti di Indonesia.

Tabel 1 Jumlah Produksi Roti di Indonesia Tahun 2021-2023

Tahun	Jumlah Produksi (Ton)	Nilai Produksi (Rp)
2021	31.514	133.391.199.000
2022	33.488	135.043.592.000
2023	35.586	136.716.453.000

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS, 2023)

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa jumlah produksi produk *bakery* di Indonesia selalu meningkat setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan serta konsumsi produk *bakery* di Indonesia terus meningkat.

Perkembangan industri *bakery* tidak hanya ditunjukkan oleh meningkatnya produksi, tetapi juga semakin besarnya skala industri. *Euromonitor International* (2025), melaporkan bahwa pada tahun 2024 industri *bakery* Indonesia memiliki nilai produksi sekitar USD 5,0 miliar dengan sekitar 93.264 perusahaan yang bergerak di sektor *bakery*. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa industri *bakery* memiliki peluang pasar yang baik sekaligus tingkat persaingan yang semakin ketat seiring bertambahnya jumlah pelaku usaha dan meningkatnya permintaan konsumen.

Strategi yang dilakukan untuk bersaing didalam pasar yang semakin ketat, yaitu dengan memahami perilaku konsumen. Dalam kondisi tersebut, memenuhi kebutuhan konsumen tidak cukup hanya sebatas memenuhi harapan dasar, tetapi perlu diarahkan untuk menciptakan pengalaman yang lebih baik dari yang diharapkan agar konsumen tidak kecewa saat melakukan pembelian ulang. Memberikan kualitas produk yang konsisten, pelayanan yang memuaskan, dan harga yang sesuai akan membentuk pengalaman positif bagi konsumen. Hal ini dapat mendorong kepuasan dan mempertahankan loyalitas konsumen (Mursyidah *et al.*, 2025).

Kualitas produk menjadi faktor utama yang membentuk penilaian konsumen karena berpengaruh langsung terhadap tingkat kepuasan dan kepercayaan terhadap suatu usaha. Strategi kualitas tidak hanya berkaitan dengan kelayakan konsumsi, tetapi juga meliputi konsistensi rasa, keamanan pangan, keberagaman produk, tampilan, serta kesesuaian dengan ekspektasi konsumen. Kualitas produk secara konsisten memenuhi harapan, kepuasan akan tercapai dan mendorong terjadinya pembelian ulang sebagai dasar terbentuknya loyalitas (Irwansyah *et al.*, 2021).

Pelayanan menjadi salah satu strategi yang perlu dikelola usaha untuk menjaga loyalitas konsumen karena berkaitan langsung dengan pengalaman selama proses pembelian dan pascapembelian. Pelayanan yang baik mampu menciptakan pengalaman positif, seperti rasa nyaman, kepercayaan, serta

perasaan dihargai, yang mendorong kepuasan dan pembelian ulang. Sebaliknya, pelayanan yang kurang baik dapat menurunkan kepuasan meskipun produk yang ditawarkan berkualitas (Irwansyah *et al.*, 2021).

Strategi penentuan harga memiliki peran dalam menjaga loyalitas konsumen karena harga menjadi salah satu dasar utama bagi konsumen dalam menilai nilai suatu produk atau jasa. Harga tidak semata-mata dipahami sebagai tingkat murah atau mahal, tetapi sebagai kesesuaian antara biaya yang dikeluarkan dengan mutu produk serta pelayanan yang diterima. Oleh karena itu, harga yang ditetapkan perlu mencerminkan kualitas produk agar sejalan dengan harapan konsumen (Irwansyah *et al.*, 2021).

Kota Kisaran menjadi salah satu daerah yang terdapat banyak pesaing dalam usaha *bakery*. Dari hasil pengamatan di lapangan terdapat beberapa usaha *bakery* yang saling berdekatan yaitu *Zaitun Bakery*, *Pratama Bakery*, *Aroma Bakery*, *Zahra Bakery*, *Fhakira Bakery*, *Goi's Bakery*, *Bolu Menara*, *Amanda Brownies*, *Itali Bakery*, *Jasmine Bakery*, *Toko Roti Alfa* dan beberapa lainnya.

Toko Roti Alfa merupakan salah satu usaha yang memproduksi dan menjual roti, bolu variasi, *tart*, *brownies* dan lainnya. Usaha ini didirikan oleh Pak Joni pada tahun 2019, dengan tampilan toko yang khas berwarna *orange*. Meskipun *Toko Roti Alfa* tergolong lebih baru dibandingkan beberapa usaha *bakery* lain di Kota Kisaran, usaha ini mampu bersaing dengan berbagai usaha *bakery* lain yang lebih lama beroperasi dan memiliki konsumen yang melakukan pembelian ulang. Setiap harinya toko ini dapat memproduksi sekitar 265 pcs sampai 365 pcs pada keseluruhan produk. Terdapat banyak variasi produk yang dijual yaitu sebanyak 13 variasi dengan harga yang bervariasi. Harga yang dijual pada *Toko Roti Alfa* mulai dari harga Rp 5.000 – Rp 55.000. *Toko Roti Alfa* juga menerima titipan aneka keripik dari pihak lain untuk dijual di tokonya.

Pada tahun 2024 munculnya usaha *bakery franchise* yaitu *Bolu Menara* dan *Amanda Brownies* yang sudah terkenal diseluruh Provinsi Sumatera Utara menjadi ancaman bagi *Toko Roti Alfa*, dikarenakan persaingan antara variasi produk. Persaingan ini tidak hanya berpengaruh pada perubahan perilaku konsumen tetapi juga berpengaruh terhadap stabilitas jumlah produksi dan tingkat penjualan setiap varian produk yang ditawarkan di *Toko Roti Alfa*.

Tabel berikut menunjukkan data jumlah produksi dan penjualan dari tahun 2022-2024.

Tabel 2. Data Produksi dan Data Penjualan Toko Roti Alfa

No	Varian	Tahun 2022		Tahun 2023		Tahun 2024	
		Jumlah produksi i/pcs	Jumlah penjualan/ pcs	Jumlah produksi /pcs	Jumlah penjualan /pcs	Jumlah produksi /pcs	Jumlah penjualan /pcs
1	Roti isi	37.800	37.693	54.000	53.865	46.080	45.820
2	Bolu kenari	7.100	7.000	7.200	6.745	7.000	6.882
3	Bolu pandan	5.500	5.370	5.800	5.700	6.120	5.988
4	Bolu Sponge	3.500	3.370	4.680	4.420	3.800	3.600
5	Bolu Pisang	7.920	7.792	8.640	8.550	9.360	9.220
6	Bolu Gulung	4.320	4.160	5.040	4.825	5.760	5.638
7	Rolling Durian	14.400	14.108	12.600	11.574	13.850	13.650
8	Bolu Caramel	3.885	3.764	4.320	4.225	4.110	3.902
9	Bolu Red Velvet	2.880	2.788	2.560	2.380	2.500	2.335
10	Brownies	3.848	3.672	4.320	4.105	4.000	3.925
11	Black Forest Gulung	4.440	4.282	5.100	4.908	5.760	5.660
12	Tart	7.200	6.800	6.800	6.620	6.655	6.605
13	Tart Sedang	4.800	4.672	5.400	5.315	5.500	5.295
TOTAL		107.593	105.471	126.460	120.852	120.495	118.520

Sumber: Data Primer diolah, 2025.

Berdasarkan Tabel 2 di atas, dapat dilihat bahwa jumlah produksi dan penjualan di Toko Roti Alfa mengalami fluktuasi. Dari hasil wawancara dengan pemilik toko hal ini disebabkan karena adanya persaingan usaha *bakery* lokal maupun *bakery franchise*, kenaikan harga bahan baku yang mengakibatkan adanya pengurangan ukuran dan isi produk, dan harga produk meningkat. Beberapa konsumen menyatakan bahwa harga roti alfa kurang sebanding dengan kualitas produk yang diperoleh sehingga dapat memengaruhi pembelian ulang. Namun, pelayanan yang diberikan Toko Roti Alfa dinilai baik karena sesuai ekspektasi konsumen, yaitu pelayanan yang responsif dan positif mampu meningkatkan kepuasan serta mendorong loyalitas konsumen. Hal ini sejalan

dengan hasil penelitian yang dilakukan Hasibuan *et al* (2025) yang menjelaskan bahwa kualitas produk, pelayanan, dan harga secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Roti Bunda Habib. Oleh karena itu, penting bagi Toko Roti Alfa untuk memahami bahwa kualitas produk, pelayanan, dan harga merupakan faktor yang saling berkaitan dalam membentuk loyalitas konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melihat bagaimana kualitas produk, pelayanan, dan harga memiliki peran yang signifikan dalam membentuk loyalitas konsumen dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Toko Roti Alfa Di Kota Kisaran”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti merumuskan masalah dalam penelitian yaitu apakah variabel kualitas produk, pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada produk Toko Roti Alfa di Kota Kisaran?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis apakah variabel kualitas produk, pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen di Toko Roti Alfa.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti dapat menambah wawasan dan meningkatkan pemahaman mengenai pengaruh kualitas produk, pelayanan, dan harga terhadap loyalitas konsumen.
2. Bagi Pelaku Usaha penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan agar dapat bisa dijadikan dasar untuk membuat keputusan bisnis serta acuan dalam merancang pengembangan usaha ke depan serta memperluas pangsa pasar.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber referensi serta bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.