

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman dan lingkungan maka orang sekarang mulai berhati-hati dalam memilih dan membeli sesuatu. Salah satu hal dimana orang sangat hati-hati dan teliti sekali dalam memilih dan membeli adalah ketika membeli makanan. Zaman dulu orang membeli makanan hanya berpedoman pada rasanya yang enak dan murah, ini terutama bagi kalangan masyarakat menengah ke bawah. Dua hal inilah yang menjadi prioritas utama dalam membeli makanan. Mereka tidak begitu memikirkan kandungan gizi dan nutrisi yang terkandung didalam makanan yang mereka beli.

Bakery adalah bagian dari patiseri yang terdiri dari roti, kue,pastry, dan cookies. Sementara pastry sendiri adalah bagian dari bakeryyang secara umum terbagi dalam dua kelompok adonan, yaitu dough(adonan keras) dan batter (adonan lunak). Dough digunakan dalampembuatan puff, danish, croissant, dan strudel, sedangkan batter digunakan dalam pembuatan crepe (Anni Faridah dkk. 2008).

Roti didefinisikan sebagai produk makanan yang dibuat dari tepung terigu yang diragikan dengan menggunakan ragi roti atau campuran dari terigu, air, dan ragi dengan atau tanpa penambahan bahan lain dan selanjutnya adonan dibakar atau dipanggang. Adonan roti dapat

ditambahkan gula, garam, susu cair atau susu bubuk, lemak, dan bahan-bahan pelezat, seperti coklat, keju, dan kismis dengan kadar air tidak lebih dari 40 persen (Putriyana, 2008).

Saat ini banyak berdiri Home Industri yang sedang berkembang, contohnya dalam bidang bakery. Bisnis bakery banyak sekali diminati oleh para pelaku bisnis karena selain mudah dipasarkan dan banyak peminat/konsumen, bisnis ini juga menjanjikan omset yang cukup bagus. Bisnis tidak hanya bermaksud memenuhi kebutuhan masyarakat konsumen. Lebih dari itu, bisnis juga harus mampu menyediakan sarana-sarana yang dapat menarik minat dan perilaku konsumen

Permintaan pasar (*market demand*) suatu produk/jasa menurut Kotler adalah jumlah keseluruhan yang akan dibeli oleh sekelompok konsumen di dalam suatu daerah tertentu, dalam waktu, dalam lingkungan pemasaran, dan dalam suatu program pemasaran tertentu (Jumingan, 2011: 56).

Pelaku bisnis dalam menyusun kebutuhan pasarnya seharusnya mempergunakan pendekatan harga, yaitu hanya membidik segmen pasar yang spesifik dan menawarkan pada pelanggan apa yang benar-benar mereka butuhkan. Dengan cara ini akan dapat dilakukan identifikasi pelanggan dengan cara yang lebih baik, karena itu perlu juga dibedakan di sini antara bayangan dengan usaha, jika sasaran bayangan adalah ditembaknya hanya suatu wahana saja yang akan terjadi, maka bisnis menghendaki para pelanggan yang jadi sasaran bukan untuk satu kali saja,

namun diharapkan mereka akan kembali lagi jika mereka membutuhkan produk/jasa yang sama (Jumingan, 2011: 59).

Supermarket atau pasar swalayan merupakan lembaga pernigan eceran, yang menjual berbagai macam barang yang dikelompokkan kedalam bagian-bagian yang ditur dengan teliti untuk mencapai tujuan Winardi (1993:121). Laksana Jaya Swalayan adalah bisnis yang bergerak di bidang bakery dengan mengembangkan ide serta melihat peluang bisnis yang ada.

Laksna Jaya tidak hanya menjual produknya sendiri seperti toko bakery lainnya, tetapi juga menjual beberapa roti basah dan juga makanan atau minuman ringan lainnya. Setiap tahun Laksan Jaya juga memproduksi kue kering untuk event lebaran ataupun menjual berbagai macam parcel lebaran.

Dalam suatu perusahaan apapun sumber daya manusia sangatlah penting. Karena sumber daya manusia mempunyai peran sebagai pengelola agar system tetap berjalan sesuai aturan, maka pengelolaannya tentu harus memperhatikan aspek-aspek penting seperti pelatihan, pengembangan, dan motivasi. Dalam hal ini, manajemen menjadikan sumber daya manusia sebagai salah satu indikator penting dalam pencapaian tujuan perusahaan. Tujuan yang diharapkan tersebut dapat berhasil dengan baik apabila kemampuan manusia yang terbatas, baik pengetahuan, teknologi, *skill*, maupun waktu yang dimiliki, dapat dikembangkan dengan membagi tugas pekerjaan, wewenang, dan

tanggung jawabnya kepada orang lain. Sehingga, secara sinergis, pembagian tugas ini dapat membentuk kerja sama dan kemitraan yang saling menguntungkan untuk pencapaian tujuan yang diinginkan.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana Siswa PKL Mempengaruhi Hasil Produksi di Toko Swalayan Laksana Jaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Pengaruh Siswa PKL terhadap hasil produksi di Toko Swalayan Laksana Jaya

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, sebagai media pelatihan untuk mengembangkan kemampuan atau wawasan dan disiplin ilmu dalam bidang produksi dan pemasaran dan memberikan kesempatan untuk mengaktualisasikan diri dalam berperilaku profesional dalam lingkungan kerja.
2. Bagi *Home Industry*, diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa masukan yang berguna bagi pihak *Home Industry* (Perusahaan) atau ide-ide baru yang berguna bagi perusahaan.

3. Bagi Perguruan Tinggi, membina dan meningkatkan kerja sama antara Perguruan Tinggi dengan dunia *Home Industry* ataupun Perusahaan.