

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan pariwisata secara umum bersumber pada kualitas daya tarik wisata yang dipengaruhi oleh daya dukung dalam akomodasi, sarana dan prasarana. Wisatawan pada mulanya akan diterima dengan baik, dengan penuh harapan wisatawan akan membawa perkembangan bagi masyarakat sekitar daerah yang ditujunya. Meningkatnya jumlah kunjungan maka sebagian masyarakat lokal mulai menyediakan berbagai fasilitas yang memang khusus dipersiapkan dan diperuntukan bagi wisatawan. Pariwisata membawa berbagai peluang baru bagi masyarakat dan mendorong berbagai bentuk perubahan sosial. Dari waktu ke waktu, dalam pembangunan pariwisata semakin mendapat perhatian untuk aspek sosial dan budaya dari pemerintah karena semakin meningkatnya kesadaran bahwa pembangunan kepariwisataan tanpa peraturan yang matang menjadi tidak teratur. Dalam perkembangannya pariwisata Indonesia diatur oleh Undang-Undang seperti dalam Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan Bab I berisi tentang:

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata
3. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut
4. Kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata

5. Usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata atau menyediakan atau mengusahakan objek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata, dan usaha lain yang terkait dibidang tersebut
6. Objek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata
7. Kawasan pariwisata adalah kawasan dengan luas tertentu yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata
8. Menteri adalah menteri yang bertanggung jawab di bidang kepariwisataan

Undang-Undang diatas sebagian besar sudah merangkum ruang lingkup pariwisata, yaitu segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dibidang tersebut.

Pengembangan pariwisata perlu ditingkatkan, langkah-langkah yang terarah dan terpadu terutama mengenai berbagai aspek seperti pendidikan tenaga-tenaga kerja, sistem operasi serta perencanaan pengembangan fisik. Hal tersebut hendaknya saling terkait sehingga pengembangan tersebut menjadi realistis dan proporsional. Seperti dalam pengembangan yang terus-menerus dilakukan ibukota Jakarta dikatakan oleh mantan gubernur DKI Jakarta Fauzi Bowo disela-sela kegiatan halal bihalal dan silaturahmi bersama jajaran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta ([www.beritajakarta.com](http://www.beritajakarta.com)) “Saat ini, pariwisata di Jakarta sudah sangat terkenal hingga dunia internasional. Ini tentu berkat kerja keras kita semua, terutama Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta yang telah memperkenalkan industri pariwisata Jakarta ke luar negeri”. Dari pernyataan ini, menyimpulkan kerja keras masyarakat semua juga didukung oleh sarana dan prasarana kepariwisataan yang memadai.

Prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan, dan lain sebagainya (Suwanto, 2004:21). Jadi fungsi dari prasarana adalah untuk melengkapi sarana kepariwisataan sehingga dapat memberikan pelayanan sebagaimana mestinya.

Sarana kepariwisataan adalah perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung maupun tidak langsung dan hidup serta kehidupannya tergantung pada kedatangan wisatawan (Yoeti, 1984:184). Sarana kepariwisataan tersebut adalah :

1. Perusahaan akomodasi : hotel, losmen, bungalow.
2. Perusahaan transportasi : pengangkutan udara, laut atau kereta api dan bus-bus yang melayani khusus pariwisata saja.
3. Rumah makan, restaurant, depot atau warung-warung yang berada di sekitar obyek wisata dan memang mencari mata pencaharian berdasarkan pengunjung dari obyek wisata tersebut.
4. Toko-toko penjual cinderamata khas dari obyek wisata tersebut yang notabene mendapat penghasilan hanya dari penjualan barang-barang cinderamata khas obyek tersebut. (Yoeti, 1984:185-186)

Prasarana kepariwisataan sesungguhnya penyokong wisatawan atau *tourist supply* yang perlu dipersiapkan atau disediakan bila akan mengembangkan industri pariwisata, karena kegiatan pariwisata pada hakekatnya tidak lain merupakan salah satu kegiatan dari sektor perekonomian.

Istilah industri sering diidentikkan dengan semua kegiatan ekonomi manusia yang mengolah barang mentah atau bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Istilah industri sering disebut sebagai kegiatan manufaktur (*manufacturing*). Padahal, pengertian industri sangatlah luas yaitu menyangkut

semua kegiatan manusia dalam bidang ekonomi yang sifatnya produktif dan komersial.

Menurut Sukirno (2000:193) industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Dengan demikian usaha makanan dan minuman juga merupakan bagian dari industri.

Umumnya, semakin maju tingkat perkembangan perindustrian di suatu negara atau daerah, semakin banyak pula jumlah dan macam industri, dan makin kompleks pula sifat kegiatan dan usaha tersebut. Cara penggolongan atau pengklasifikasian industri pun berbeda-beda, tetapi pada dasarnya pengklasifikasian industri didasarkan pada kriteria yaitu berdasarkan bahan baku, tenaga kerja, pangsa pasar, modal, atau jenis teknologi yang digunakan. Selain faktor-faktor tersebut, perkembangan dan pertumbuhan ekonomi suatu negara juga turut menentukan keanekaragaman industri negara tersebut, semakin besar dan kompleks kebutuhan masyarakat yang harus dipenuhi, maka semakin beranekaragam jenis industrinya.

Klasifikasi industri berdasarkan SK Menteri Perindustrian No.19/M/I/1986 :

1. Industri kimia dasar : industri semen, obat-obatan, kertas, pupuk, dsb.
2. Industri mesin dan logam dasar : industri pesawat terbang, kendaraan bermotor, tekstil, dll.
3. Industri kecil : industri roti, kompor minyak, makanan ringan, es, minyak goreng curah, dll.
4. Aneka industri : industri pakaian, industri makanan dan minuman, dll.

Industri pariwisata antara lain sebagai kumpulan dari macam-macam perusahaan yang secara bersama menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa

(*goods and service*) yang dibutuhkan para wisatawan khususnya dan *traveler* pada umumnya, selama dalam perjalanan. Pengertian lainnya industri pariwisata (Kusudianto, 1996:11) adalah suatu susunan organisasi, baik pemerintah maupun swasta yang terkait dalam pengembangan, produksi dan pemasaran produk suatu layanan yang memenuhi kebutuhan dari orang yang sedang bepergian.

Pengembangan obyek wisata sarana dan prasarana harus dilaksanakan karena apabila suatu obyek wisata dapat membuat wisatawan untuk berkunjung dan betah untuk melakukan wisata disana, maka akan menyedot banyak pengunjung yang kelak akan berguna juga untuk peningkatan ekonomi baik untuk lingkungan di sekitar obyek wisata tersebut maupun pemerintah daerah. Berikut ini terdapat 6 (enam) kelompok besar yang diklasifikasikan berdasarkan kebutuhan barang dan jasa yang harus disediakan oleh suatu daerah tujuan wisata menurut (Pitana dan Gayatri, 2005:101):

1. *Transportation*
2. *Travel services*
3. *Accommodation*
4. *Food service*
5. *Activities and attractions*
6. *Retail goods*

Tujuan wisata sangat memerlukan enam kelompok diatas, salah satu kelompok klasifikasi yang paling berpengaruh yaitu *Accommodation* atau Akomodasi digunakan dalam dua arti yaitu :

“Sebagai suatu keadaan dan suatu proses. Sebagai suatu keadaan, akomodasi berarti adanya kenyataan suatu keseimbangan (*equilibrium*) hubungan antar individu atau kelompok dalam berinteraksi sehubungan dengan norma-norma sosial dan kebudayaan yang berlaku. Sebagai suatu proses, akomodasi berarti sebagai usaha manusia untuk meredakan atau menghindari konflik dalam rangka mencapai kestabilan” (Soerjono Soekanto, 2005).

Dengan demikian akomodasi yaitu suatu keadaan dan proses yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, misalnya tempat menginap atau tempat tinggal sementara bagi orang yang berpergian. Akomodasi merupakan suatu industri, bila digabungkan industri akomodasi dalam kepariwisataan yaitu suatu tempat atau kamar dimana orang-orang / pengunjung / wisatawan dapat beristirahat / menginap / tidur, mandi, makan dan minum serta menikmati jasa pelayanan dan hiburan yang tersedia (<http://anezgreen.blogspot.com>). Akomodasi dan industri pariwisata tentu akan berdampak terhadap ekonomi masyarakat sekitar dari produk wisata yang diproduksi sehingga produk wisata harus dikemas sedemikian rupa agar wisatawan menikmati produk wisata yang disajikan.

Produk wisata yang sudah memiliki ciri khas suatu tempat menjadi daya tarik tersendiri untuk wisatawan berkunjung, sehingga produk pariwisata dibanding dengan jenis-jenis produk barang dan jasa lainnya memiliki ciri-ciri berbeda dan untuk memahami bentuk serta wujud dari produk pariwisata, maka berikut ini pengertian produk pariwisata dari beberapa ahli (dalam <http://tugaspariwisata.blogspot.com>):

Menurut Suwanto (1997:49) “produk wisata merupakan keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan semenjak ia meninggalkan tempat tinggalnya, sampai ke daerah tujuan wisata yang telah dipilihnya dan kembali ke rumah dimana ia berangkat semula”.

Menurut Burns and Holden (1989:172) “produk wisata dinyatakan sebagai segala sesuatu yang dapat dijual dan diproduksi dengan menggabungkan faktor produksi, konsumen yang tertarik pada tempat-tempat yang menarik, kebudayaan asli dan festival-festival kebudayaan”.

Menurut Kotler dan Armstrong (1989:463) “produk wisata sebagai sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen atau pangsa pasar untuk memuaskan kemauan dan keinginan termasuk di dalam objek fisik, layanan, SDM yang terlibat didalam organisasi dan terobosan atau ide-ide baru”.

Berdasarkan ketiga pengertian diatas produk wisata merupakan segala sesuatu yang ditawarkan untuk menarik wisatawan atau konsumen dari berbagai akomodasi pariwisata. Produk wisata ini dapat berbagai macam bentuk dari jasa dan barang. Produk wisata dari jasa didapat dari pelayanan semenjak ia meninggalkan tempat tinggalnya, sampai ke daerah tujuan wisata yang telah dipilihnya dan kembali ke rumah dimana ia berangkat semula. Sedangkan produk wisata berupa barang dapat berupa produk dari daerah wisata setempat seperti cinderamata, souvenir, makanan, minuman dan lain-lain.

Sebagian besar wisatawan dengan sengaja atau tidak sengaja mencari produk wisata berupa makanan, disamping merupakan kebutuhan hidup manusia, makanan juga bisa menjadi ciri khas produk wisata suatu daerah yang tidak didapat di daerah lain. Makanan yang sudah menjadi ciri khas suatu daerah misalnya brownies amanda dari Bandung, bakpia pathok 25 atau 75 dari Jogjakarta, bika ambon zulaikha dan bolu meranti dari Medan, dan banyak lagi lainnya yang kebanyakan berbahan utama tepung terigu.

Produk wisata makanan yang berbahan utamanya tepung terigu merupakan ciri khas dari produk *pastry* dan *bakery*, pengertian *pastry* menurut Patriasih R. dan Sudewi. (2005) ialah adonan yang berlapis-lapis dengan mentega atau lemak agar memperoleh hasil berlapisan atau berlembaran". Pengertian tersebut dikhususkan untuk pembuatan puff pastry. Tapi bila *pastry* dan *bakery* dikatakan dalam industri perhotelan merupakan suatu *section* atau *deparment* atau bagian dapur yang mengelola segala proses pembuatan makanan *dessert* atau makanan penutup seperti kue, roti, ice cream, dan lain-lain. Produk-produk *pastry* dan *bakery* sudah

sedemikian familiar bagi masyarakat Indonesia walaupun kebanyakan produk *pastry* berasal dari amerika, eropa dan negeri barat lainnya. Tidak aneh jika kini mulai menjamur produk wisata maupun produsen-produsen berfokus pada makanan berbahan utama tepung seperti toko kue dan roti baik dari skala rumah tangga hingga industri besar seperti pada majalah *Pastry & Bakery* edisi Oktober 2012 (www.getscoop.com) dijelaskan :

“pertumbuhan nilai konsumsi roti perkapita oleh masyarakat Indonesia tertinggi bila dibandingkan 11 negara Asia Pasifik lainnya. Nilai konsumsi roti di Indonesia naik 25% pada tahun 2010 menjadi US \$ 1,5 perorang pertahun dari konsumsi US \$ 1,2 perorang pertahun pada tahun 2009. Dilanjutkan oleh M Husin Syarbini, Prediksi penjualan roti dan kue pada 2012 di Indonesia mencapai angka Rp27 triliun, selain itu dari data asosiasi Bakery Indonesia menunjukkan pertumbuhan usaha bakery mencapai 15% dibandingkan 2011”

Pernyataan diatas menunjukan pertumbuhan bisnis roti dan kue sangat menjanjikan, tentunya harus didukung dengan teknologi yang mampu menghasilkan produk-produk menarik, enak sekaligus berkualitas sehingga aman dikonsumsi. Hal ini merupakan tugas berat pengusaha untuk melakukan eksplorasi rasa serta mendalami keinginan pelanggan untuk bisa terus meraih keuntungan dari produk-produk yang dihasilkan. Supaya dapat menghasilkan produk yang berkualitas serta sesuai keinginan pasar diperlukan teknologi penyokong produksi massa *pastry* untuk menopang kegiatan pengolahan agar meminimalisir terjadinya kerugian perusahaan dari kecacatan dalam pengolahan produk dimulai dari bahan yang mentah sampai produk jadi yang diterima oleh konsumen. Hal yang sangat diperhatikan oleh perusahaan dalam membuat produk adalah kualitas produk. Menurut *American Society for Quality Control*, kualitas adalah “*the totality of features and characteristics of a product or service that*



*bears on its ability to satisfy given needs*” (<http://jurnal-sdm.blogspot.com>), dengan penjelasannya kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakter-karakter dari sebuah produk atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat. Definisi tersebut merupakan kualitas yang berpusat pada konsumen sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan yang menjual produk telah memberikan kualitas bila produk atau pelayanan tersebut telah memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Oleh karena itu, perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Akan tetapi suatu produk dengan penampilan terbaik, bahkan dengan tampilan lebih baik dengan pesaingnya bukanlah merupakan produk dengan kualitas tertinggi jika tampilannya bukanlah yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pasar.

Dimensi kualitas produk menurut Mullins, dkk (dalam <http://jurnal-sdm.blogspot.com>), “apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing”. Pengertian ini berkaitan dengan mutu suatu produk yang dipasarkan. Mutu produk atau mutu dari makanan yang diperhatikan menurut Marsum (2005:159) adalah :

1. *Flavour* (rasa/bau)
2. *Consistency* (kemantapan; ketetapan)
3. *Texture/form/shape* (susunan/bentuk/potongan)
4. *Nutritional content* (kandungan gizi)

**Rizky Husein Darmawan, 2013**

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Hasil Produk Bolu Tape Bolu Di Pabrik Liana Cake  
Jakarta Barat

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

5. *Visual appeal* (daya penarik lewat ketajaman mata)
6. *Aromatic appeal* (daya penarik lewat bau harum)
7. *Temperature* (panas/suhu)

Mutu produk dengan konsep dimensi operasional diatas, menjadikan persepsi konsumen terhadap produk ditentukan oleh mutu produk dan dilihat dari berbagai aspek-aspek yang menyangkut proses produk itu sendiri.

Teknologi yang menyokong produksi massa pastry merupakan teknologi yang mempunyai peran yang sangat penting dalam upaya mengimplementasikan tujuan industri untuk memenuhi permintaan konsumen. Teknologi ini diharapkan berperan dalam perancangan produk, pengawasan bahan baku, pengolahan, tindak pengawetan yang diperlukan, pengemasan, penyimpanan, dan distribusi produk sampai ke konsumen. Diharapkan industri ini dapat mengolah hasil-hasil bahan mentah sampai menjadi produk yang siap dikonsumsi oleh masyarakat dengan kualitas mutu dan dimensi operasional produk yang terjamin selama proses produksi. Industri kecil biasanya masih menggunakan cara-cara tradisional dan bersifat padat karya, sedangkan industri besar lebih modern dan padat modal.

Aspek-aspek yang sering diperhatikan dalam industri yaitu aspek teknologi, penyebaran lokasi, penyerapan tenaga kerja, produksi, ekspor dan peningkatan kualitas mutu (*quality control*). Peran serta teknologi harus selalu didampingi kajian ekonomis yang terkait dengan faktor kualitas mutu produk. Walaupun faktor mutu akan menambah biaya produksi, peningkatan biaya mutu diimbangi dengan peningkatan penerimaan oleh konsumen. Di samping dapat menimbulkan citra yang baik dari konsumen, pengendalian mutu yang efektif akan mengurangi tingkat resiko rusak atau susut. Seperti fenomena kecacatan

yang terjadi pada produk kue bolu tape di Pabrik Liana Cake. Berikut adalah data yang peneliti ambil selama bulan Juni 2012 di Pabrik Liana Cake:

**Tabel 1.1** Data *Reject* Bolu Tape Bulan Juni 2012

Tanggal	Jumlah Adonan	Jumlah Seharusnya		Jumlah Jadi		Hasil <i>Reject</i>	Keterangan
		Jumlah Kap	Jumlah Produk	Jumlah Kap	Jumlah Produk		
01/06/2012	1	11	352	11	352	25	
02/06/2012	0	0	0	0	0	0	Tidak produksi
03/06/2012	0	0	0	0	0	0	Tidak produksi
04/06/2012	1	11	352	11	352	0	10 dipakai utk tgl 05
05/06/2012	2	22	704	22	704	0	
06/06/2012	1	11	352	11	352	20	
07/06/2012	1	11	352	11	352	10	
08/06/2012	1	11	352	12	384	0	
09/06/2012	0	0	0	0	0	0	Tidak produksi
10/06/2012	0	0	0	0	0	0	Tidak produksi
11/06/2012	1	11	352	9	288	10	
12/06/2012	2	22	704	22	704	2	
13/06/2012	1	11	352	11	352	10	
14/06/2012	1	11	352	10	320	0	27 Dipakai utk tgl 15
15/06/2012	2	22	704	20	640	10	
16/06/2012	0	0	0	0	0	0	Tidak produksi
17/06/2012	0	0	0	0	0	0	Tidak produksi
18/06/2012	1	11	352	9	288	0	20 Dipakai utk tgl 19
19/06/2012	1	11	352	10	320	0	
20/06/2012	1	11	352	10	320	10	
21/06/2012	0	0	0	0	0	0	Tidak produksi
22/06/2012	2	22	704	15	480	0	Sebagian adonan untuk produk lain
23/06/2012	0	0	0	0	0	0	Tidak produksi
24/06/2012	0	0	0	0	0	0	Tidak produksi
25/06/2012	1	11	352	11	352	3	
26/06/2012	1	11	352	10	320	0	31 dipakai utk tgl 27
27/06/2012	2	22	704	22	704	0	
28/06/2012	0	0	0	0	0	0	Tidak produksi
29/06/2012	2	22	704	22	704	15	

30/06/2012	0	0	0	0	0	0	Tidak produksi
Jumlah	25	275	8800	259	8288	115	
Rata-rata	0.83	9.17	293.22	8.63	276.27	3.83	

Dari data diatas produk bolu tape mempunyai hasil *reject* dalam bulan juni 2012 sebanyak 115 dan jumlah produk seharusnya 8800 menyusut 512 menjadi 8288. Jumlah seluruh kerugian pabrik dibulan juni 2012 sebanyak  $512+115= 627$  atau dari penjualannya bila per 1 kap sama dengan 32 produk bolu tape sebanyak 19 kap lebih 19 produk bolu tape atau kerugian sebesar 7.56% pada bulan Juni 2012 yang diderita Pabrik Liana Cake. Banyaknya produk *reject* yang ada perlu diteliti faktor-faktor apa saja yang memengaruhinya, dan perlu diadakan pengendalian proses agar pengendalian mutu dapat tercapai dengan baik. Pengendalian proses adalah penggunaan teknologi informasi untuk memonitor dan mengendalikan suatu proses fisik (Heizer dan Render, 2006:356). Dengan menggunakan *Total Quality Management (TQM)*, *Critical Path Method (CPM)* atau analisis PERT (*Program Evaluation Review Technique*), uji hedonik organoleptik, dan *Statistical Process Control (SPC)* diharapkan dapat memunculkan apa penyebab terjadinya produk *reject* bolu tape di Pabrik Liana Cake.

Setelah memperhatikan masalah tersebut di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi produk *reject* dari Pabrik Liana Cake yang berlokasi di Jakarta Barat, karena penulis ingin mengetahui hal-hal yang menyebabkan suatu perusahaan merugi karena produknya tidak layak dijual atau penyebab kecacatan suatu produk makanan

sehingga dapat diketahui perkembangan produksi yang diharapkan untuk memenuhi keinginan perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut penulis bermaksud untuk mengadakan penelitian dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Hasil Produk Bolu Tape Di Pabrik Liana Cake Jakarta Barat**”

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, dapat diidentifikasi permasalahan berikut ini:

1. Bagaimana pengaruh peralatan terhadap hasil *reject* pada produk bolu tape di Pabrik Liana Cake Jakarta Barat?
2. Bagaimana pengaruh bahan baku terhadap hasil *reject* pada produk bolu tape di Pabrik Liana Cake Jakarta Barat?
3. Bagaimana pengaruh pekerja terhadap hasil *reject* pada produk bolu tape di Pabrik Liana Cake Jakarta Barat?
4. Bagaimana pengaruh standar resep terhadap hasil *reject* pada produk bolu tape di Pabrik Liana Cake Jakarta Barat?
5. Bagaimana *items* proses pengolahan berpengaruh terhadap hasil *reject* pada produk bolu tape di Pabrik Liana Cake Jakarta Barat?

## **1.3.Maksud dan Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data-data dan bahan yang berkaitan dengan pengaruh hasil *reject* terhadap hasil pada produk bolu tape di pabrik Liana Cake Jakarta Barat.

### 1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh peralatan terhadap hasil *reject* pada produk bolu tape di Pabrik Liana Cake Jakarta Barat.
2. Untuk mengetahui pengaruh bahan baku terhadap hasil *reject* pada produk bolu tape di Pabrik Liana Cake Jakarta Barat.
3. Untuk mengetahui pengaruh pekerja terhadap hasil *reject* pada produk bolu tape di Pabrik Liana Cake Jakarta Barat.
4. Untuk mengetahui pengaruh standar resep terhadap hasil *reject* pada produk bolu tape di Pabrik Liana Cake Jakarta Barat.
5. Untuk mengetahui pengaruh *items* proses pengolahan terhadap hasil *reject* pada produk bolu tape di Pabrik Liana Cake Jakarta Barat

### 1.4. Kegunaan Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini, maka penulis mengharapkan beberapa manfaat yang diperoleh, antara lain :

1. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan dan informasi tambahan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan faktor-faktor hasil pada produk bolu tape.

## 2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan serta pengalaman dari suatu disiplin ilmu yang pernah dipelajari selama masa perkuliahan.

## 3. Bagi Peneliti Lain

Diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak lain yang berkepentingan dan tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

### **1.5. Lokasi Penelitian**

Penulis melakukan penelitian di Pabrik kue bernama Liana Cake bertempat di Jalan Palmerah Barat IIA No. 50 Jakarta Barat.