

# I. PENDAHULUAN

## 1.1. Pendahuluan

Gyoza adalah pangsit khas Jepang yang berisi daging giling dan sayuran, yang merupakan adaptasi dari jiaozi asal Tiongkok (Dunn, 2020). Resep jiaozi pertama kali dibawa oleh tentara Jepang yang kembali dari wilayah utara-timur Tiongkok setelah perang dunia kedua. Hidangan tersebut kemudian disebut sebagai gyoza yang umumnya berbentuk *halfmoon* (setengah bulan) dan disajikan dalam bentuk *pan-fried*. Sebagai jajanan dengan bentuk yang unik dan rasa yang khas, gyoza digemari tak hanya oleh warga Jepang, tetapi juga oleh masyarakat dari berbagai belahan dunia, tak terkecuali Indonesia.

Gyoza tersusun atas dua bagian utama, yaitu bagian kulit dan isian. Kulit gyoza merupakan adonan tipis berbentuk lingkaran yang terbuat dari terigu, garam, dan air. Isian gyoza biasanya terdiri dari daging giling dan daun bawang dengan bumbu utama yaitu kecap asin. Gyoza dibuat dengan membungkus isian gyoza dengan kulit yang dibentuk secara manual menggunakan tangan.

Di Indonesia, gyoza telah banyak disukai dan dicari sehingga penjualan gyoza di Indonesia memiliki peluang yang tinggi. Gyoza seringkali dijual dan disajikan di berbagai tempat makan dalam kondisi hangat dan siap santap. Sayangnya, cara penyajian tersebut kurang cocok di era pandemi Covid-19 ini. Adanya pandemi Covid-19 menyebabkan sebagian besar masyarakat menghindari aktivitas makan di tempat makan dan lebih memilih untuk masak sendiri di rumah. Dalam hal ini, *frozen food* telah banyak diunggulkan sebagai alternatif makanan restoran yang praktis. Selain cara masak yang praktis, *frozen food* juga memiliki umur simpan yang lebih panjang dibandingkan makanan siap santap, sehingga dapat disimpan dalam jumlah banyak dengan waktu yang lebih lama di *freezer* dan dimasak sewaktu-waktu.

Berdasarkan kuesioner yang telah disebarakan terhadap 100 responden, sebanyak 97% responden telah mengenal produk gyoza, dan sebanyak 78% lebih memilih untuk membeli gyoza dalam bentuk beku/ *frozen*. Dengan peluang usaha yang cukup menjanjikan, maka

didirikan usaha berbasis *home industry* dengan nama “GYOGO” (singkatan dari *Gyoza to Go*) yang menawarkan produk gyoza ayam beku. Berdasarkan data Direktorat Jenderal Peternakan dan Kesehatan Hewan (2020), tingkat produksi daging ayam ras pedaging di Indonesia pada tahun 2020 adalah sebesar 3.275.325,72 ton, dengan tingkat konsumsi pada tahun 2020 mencapai 12,79 kg/kapita/tahun. Tingkat produksi dan konsumsi ayam yang tergolong tinggi di Indonesia menjadi dasar pemilihan daging ayam pada produk gyoza beku “GYOGO”. Selain itu, harga daging ayam yang lebih terjangkau dibandingkan babi dan udang juga menjadi pertimbangan. Penggunaan daging ayam sebagai isian gyoza diharapkan dapat membantu penjualan gyoza ayam “GYOGO” karena dapat menjangkau target pasar yang lebih luas di Indonesia dengan penduduk mayoritas muslim, serta adanya alergi terhadap udang.

Gyoza “GYOGO” menawarkan gyoza ayam mentah tanpa pengawet dalam kondisi beku yang dikemas dalam kemasan plastik vakum. Tujuan penggunaan kemasan vakum adalah untuk mencegah terjadinya dehidrasi dan *freezer burn* pada gyoza. Kemasan plastik vakum mampu melindungi produk dari kontak langsung dengan udara, sehingga membantu memperpanjang umur simpan produk dengan mencegah penguapan air dan oksidasi (Lesiak et al., 2016). Sebagai usaha dengan skala UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), kapasitas produksi yang direncanakan adalah sebanyak 50 *pack* per hari yang masing-masing terdiri atas 10 gyoza dengan berat per *pack* adalah  $\pm 284$  gram. Lokasi produksi berada di rumah daerah Taman Puspa Raya, Surabaya, Jawa Timur. Target pasar gyoza “GYOGO” adalah masyarakat umum khususnya penggemar gyoza dan *frozen food*.

## 1.2. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai melalui Tugas Perencanaan Unit Pengolahan Pangan ini adalah sebagai berikut:

1. Melakukan perencanaan produksi dan analisa kelayakan usaha gyoza ayam.
2. Melakukan realisasi perencanaan produksi gyoza ayam.
3. Melakukan evaluasi terhadap realisasi usaha gyoza ayam.