

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Dimsum salah satu makanan ringan yang berasal dari negara China yang biasa disajikan dengan cara dikukus maupun digoreng. Makanan ini biasa dinikmati bersama saat minum teh (yam cha). Penyajiannya yang praktis dan penyediaan kalori yang cukup tinggi, sebesar 138 kal /100g membuat dimsum banyak diminati masyarakat yang menerapkan gaya hidup praktis. Banyak jenis dimsum yang ada dan telah diadaptasi dengan cita rasa Indonesia seperti hakau, siomay, mantau, char siu baau dan jenis-jenis lainnya.

Siomay adalah salah satu jenis dim sum yang banyak dijual baik di restoran cina maupun pedagang kaki lima di Indonesia. Adaptasi rasa masakan Indonesia menjadikan berbagai jenis variasi siomay berdasarkan daging isian, ada siomay ikan tenggiri, ayam, udang, kepiting, atau campurandaging ayam dan udang. Variasi bahan *filler* yangdigunakan berupa sagu, maizena, atau tapioka.

Masyarakat Indonesia banyak yang menyukai siomay karena memiliki rasa yang enak, harga yang murah, selain itu cara pengolahan siomay tergolong mudah serta penyajiannya praktis. Pengolahan yang cukup mudah dan tingkat kesukaan masyarakat yang tinggi membuat ada banyak produsen siomay di Surabaya. Fenomena tersebut menuntut produsen siomay untuk lebih inovatif dalam menciptakan produk sehingga produknya memiliki ciri khas serta menjadi lebih disukai oleh konsumen yang bosan dengan bentuk siomay yang monoton. Siomay yang akan diproduksi adalah siomay ayam dengan variasi *topping*, adanya *topping*

(keju, sosis ayam, sosis sapi, telur puyuh) membuat produk siomay menjadi berbeda dari siomay pada umumnya.

Pengolahan siomay ayam ini tidak menggunakan udang karena kemungkinan ada konsumen yang alergi udang. Siomay ini memiliki ciri khas yang membedakan dengan siomay yang ada di pasaran, yaitu dengan adanya topping yang bervariasi (keju, sosis ayam, sosis sapi, telur puyuh) dan konsumen dapat memilih sendiri topping yang disukai.

Kapasitas produksi siomay ayam ini 5 Kg daging ayam per hari dengan alasan pemilihan kapasitas ini berdasarkan jumlah permintaan pasar untuk produk siomay, dan siomay yang diproduksi adalah siomay yang *ready to eat*. Pemasaran produk dilakukan dengan cara menitipkan siomay di kios, membuka stand di *bazaar* ataupun di taman kota, dan melakukan *pre-order* (PO) melalui media sosial.

## **1.2. Tujuan**

1. Melakukan perencanaan produksi usaha siomay ayam.
2. Melakukan realisasi perencanaan produksi yang telah dibuat.
3. Melakukan evaluasi terhadap realisasi usaha siomay ayam.