

PROSES PRODUKSI DAN PEMASARAN KULINER KIMBAB UNTUK PENGGEMAR K-POP DAN K-DRAMA

**Aulia Ihfa Sabnur^{1*}, Andi Ananta Regina Putri¹, Nurul Salsabila¹, Irma¹, Viska Angraeni¹,
Fajrullah Sabri¹, Sapar¹**

¹Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palopo
Jln. Jend Sudirman No. Km 03, Binturu, Kec. Wara Sel., Kota Palopo, Sulawesi Selatan 91922
e-mail: *auliasabnur24@gmail.com

ABSTRAK

Proses Produksi dan Pemasaran Kimbab Untuk penggemar K-Pop dan K-Drama. Tujuan program kreativitas mahasiswa – kewirausahaan (PKM-K) adalah membangkitkan motivasi mahasiswa untuk berwirausaha dalam mengolah bisnis kimbab kuliner tradisional korea. Metode pelaksanaan program ini adalah input, proses (produksi), output, dan evaluasi. Hasil program ini adalah input, melakukan survei pasar untuk mengetahui kondisi pasar. Selanjutnya melakukan wawancara kepada lima mahasiswi di lingkungan Universitas Muhammadiyah Palopo. Selanjutnya adalah studi kelayakan terhadap usaha yang akan dijalankan. Tahap terakhir adalah pemilihan bahan dan penyediaan tempat serta sarana dan prasarana untuk menunjang proses produksi. Proses (produksi), proses pembuatan kimbab mulai dari persiapan bahan dan alat sampai kimbab dipasarkan. Output, yaitu hasil kuliner kimbab yang siap dikonsumsi dan dipasarkan kepada konsumen. Yang terakhir adalah evaluasi, yaitu tahapan ini dilaksanakan pada saat produksi produk kimbab telah selesai dilakukan. Pada tahap ini akan meninjau tentang kekurangan-kekurangan apa saja yang membuat konsumen tidak nyaman dengan produk kami. Kesimpulan program PKM-K Proses Produksi dan Pemasaran Kimbab untuk Penggemar K-Pop dan K-Drama dapat memberikan keterampilan kepada mahasiswa untuk tetap inovatif dan kreatif dalam mengolah bisnis kimbab kuliner tradisional korea, memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk praktik wirausaha dengan pemahaman konsep wirausaha yang komprehensif, dan membangun semangat mahasiswa untuk tetap berbisnis.

Kata kunci: kimbab, wirausaha, kuliner, makanan tradisional korea.

Pendahuluan

Kebutuhan pokok manusia yaitu pangan, sandang dan papan. Kebutuhan pangan yang pada awalnya perlu dipenuhi semata-mata agar kenyang dan mempunyai energi untuk beraktifitas berubah perannya menjadi sebuah gaya hidup. Kebutuhan pangan berubah menjadi sebuah industri kuliner yang memberikan tidak hanya cita rasa tapi juga kebutuhan lain manusia untuk bersosialisasi maupun beraktualisasi. Dari pilihan makanan, bisa menjadi tolak ukur bagaimana gaya hidup dari penikmat makanan tersebut. Pilihan makanan tidak hanya berdasarkan dari sesuatu yang enak dan tidak enak, tetapi sebagai bentuk identitas dan strata sosial yang ingin dibangun oleh penikmatnya. Salah satu bentuk identitas yang ingin dibentuk oleh generasi muda Indonesia saat ini yaitu identitas sebagai penyuka budaya Korea yang ditunjukkan dengan mengonsumsi makanan Korea. (Evina Kurniawan, 2015)

Pada era moderen saat ini perkembangan gaya hidup ala Korea Selatan mulai dikenal sejak

berkembangnya Korean wave, Korean wave atau hallyu merujuk pada fenomena gelombang budaya Korea Selatan yang dimulai pada tahun 1990-an di Asia Timur dan berkembang hingga ke Amerika, Eropa dan Timur Tengah (Sarah Phalosa Rani, 2016). Namun, adanya perubahan pola hidup dan gaya hidup serta masuknya budaya asing ini membuat pengusaha bisnis restoran harus lebih kreatif dan inovatif dalam memunculkan ide-idenya agar restoran tersebut dapat menarik perhatian konsumen sehingga restoran semakin ramai pengujungnya, yaitu salah satunya menggunakan tema kebudayaan Korea. Hal ini akan memberikan pengalaman kuliner yang menyenangkan bagi konsumen, yaitu seperti sedang makan makanan Korea di Negara Koreanya langsung (Raditya,2016).

Korean wave tidak saja sebatas berhasil memasarkan budaya Korea Selatan, namun mampu memasarkan produk-produk komersial dan pariwisata Korea Selatan kepada publik di berbagai negara. (S. J. Lee, 2011). Hallyu atau *Korean wave* adalah istilah yang diberikan untuk budaya pop Korea Selatan

yang tersebar secara global di berbagai negara di dunia, termasuk di Indonesia. Di Indonesia sendiri, penyebaran budaya Korea dimulai sejak tahun 2002 setelah Piala Dunia Korea Selatan dan Jepang. Momen tersebut yang diselenggarakan di stasiun televisi Indonesia, kemudian digunakan untuk memperkenalkan drama seri Korea Selatan atau *K-Drama*. Korean wave sendiri menjadi soft power Korea Selatan melalui budaya populernya yang diekspor ke berbagai negara dalam bentuk *K-drama*, *K-pop*, *K-style*, kuliner, dan teknologi. Melalui nilai-nilai yang terdapat dalam pembuatan budaya populer, terutama drama, Korea memadukan unsur modern dalam hal ini teknologi dengan tradisi dan nilai-nilai kekeluargaan (Putri et al., 2019).

Produk makanan Korea juga sudah menjadi tren pilihan kuliner bagi masyarakat Indonesia, oleh karena itu, banyak restoran Korean wave hadir di Indonesia. (Ni Putu Elvina Suryani, 2015)

Untuk menjadi pemenang dalam persaingan pasar yang begitu ketat, sebagai pemilik usaha dalam bidang industri makanan di Indonesia perlu memperhatikan beberapa variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan mereka, yaitu: price, service quality dan corporate image. (Florenzia T. Sia & Hartono Subagio, 2013)

Price berarti harga yang bersaing dan disesuaikan dengan pangsa pasar, service quality berarti memberikan layanan yang terbaik kepada konsumen dan corporate image berarti mempertahankan citra yang baik dari perusahaan atau restoran agar pelanggan terus datang atau bisa membawa pelanggan lain untuk datang ke restoran tersebut. (Sia and Subagio, 2013)

Salah satu makanan Korea yang menarik perhatian dan sepertinya enak untuk dimakan yaitu salah satunya yang paling umum adalah Kimbab atau Gimbab. Kimbab merupakan salah satu makanan khas Korea yang belakangan ini banyak digemari di Indonesia. Makanan yang satu ini memang sangat bersahabat dengan lidah orang Indonesia karena terbuat dari nasi yang dibungkus dengan rumput laut dan bahan-bahan umum lainnya seperti daging ayam, mentimun, dan lain-lain. Kimbab atau Gimbab populer sebagai makanan yang dibawa piknik, hiking atau aktivitas lain di luar ruangan. Selain pembuatannya yang mudah dan praktis, cita rasa Kimbab ini cocok dengan lidah masyarakat Indonesia, karena terbuat dari nasi dengan isian sayur dan digulung dengan rumput

laut. Kimbab cocok untuk orang yang mempunyai jam kerja yang padat sehingga tidak sempat untuk makan nasi. Juga bagus untuk anak-anak yang terkadang susah untuk makan nasi dan tidak suka sayur, Kimbab adalah salah satu solusinya. Pembuatan Kimbab ini dilakukan dengan cara yang sangat sederhana, tetapi lebih higienis, serta akan dijual dengan harga yang sangat terjangkau, maka tentunya hal ini akan menarik minat masyarakat untuk membelinya (M, 2010).

Kelebihan kimbab kuliner tradisional khas Korea dibanding makanan Indonesia ialah karena ada banyak rasa masakan yang tidak ditemukan di masakan Indonesia, seperti rasa kimbab sebagai gabungan dari rasa asin, pedas, dan asam. (Melissa et al., 2014)

Hal yang tidak kalah penting, makanan Korea dianggap lebih sehat oleh kaum millennial. Orang Korea berusaha menyajikan sayurnya dalam berbagai warna karena mereka percaya semakin beragam warna sayurnya, semakin beragam pula nutrisi yang bisa mereka dapatkan dari sayur tersebut. Makanan Korea sendiri disebut makanan sehat karena berbahan dasar sayuran dan terdapat berbagai macam gizi dan nutrisi yang terkandung di dalamnya yang baik untuk kesehatan tubuh seperti vitamin, protein, serat, kalsium dan mineral. Makanan Korea memiliki manfaat sebagai penambah energi tubuh, untuk kesehatan kulit agar kulit terasa halus, mencegah sembelit, melancarkan pencernaan. (Masbudi, 2014)

Kimbab juga memiliki manfaat salah satunya dibidang kesehatan karena makanan ini kaya akan protein, serat, kalsium, mineral dan berbagai macam gizi lainnya. Hal ini dikarenakan kimbab dibuat dengan daging dan sayuran, Sehingga dari segi kesehatan, terdapat keseimbangan nutrisi dari daging dan dari sayuran. (Yuwono, 2014)

Salah satu faktor yang mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangan adalah pemberian nutrisi, nutrition is vital to the good health of all people of all ages yaitu nutrisi yang diperoleh melalui makanan sangatlah bermanfaat bagi tubuh manusia. Nutrisi yang tepat bagi anak usia dini seperti karbohidrat, protein, lemak, vitamin, kalsium, yodium, dan zat besi yang baik bagi perkembangan dan pertumbuhan anak. (Lery et al., 1988)

Kekurangan zat gizi akan mengurangi konsentrasi belajar, hal itu disebabkan tubuh

yang tidak sehat karena kurangnya gizi yang dibutuhkan oleh tubuh. (Purnakarya, 2010)

Makanan sehat adalah makanan yang mempunyai gizi yang cukup dan seimbang serta tidak mengandung unsur yang dapat membahayakan atau merusak kesehatan. (Nuraini, 2007)

Kebutuhan makanan yang baik tidak hanya dilihat dari segi kualitas makanan yang dikonsumsi. Karena kebutuhan makanan juga dilihat dari pola makannya, ada banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan dalam belajar, diantaranya pola makan, status gizi dan kebiasaan sarapan pagi (Sulistyoningsih, 2011).

Kebiasaan makan dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal meliputi ketersediaan pangan, status sosio-ekonomi dan kesadaran akan gizi. Faktor internal meliputi jenis kelamin, usia, citra tubuh, preferensi makanan dan tingkat kemandirian pola mengkonsumsi makanan yang terus berubah-ubah (Bonnie Worthington-Roberts and Williams, 2000).

Di tahun 2017, survei mengatakan bahwa kesadaran akan pola hidup sehat mengalami peningkatan dimana faktor kesehatan menjadi salah satu dari tiga besar faktor yang paling penting untuk preferensi makanan setelah rasa dan harga. Konsumen di Indonesia menunjukkan tren kemauan untuk membayar makanan lebih mahal untuk memperoleh makanan yang lebih sehat, dan kimbab merupakan salah satu kuliner tradisional korea yang kaya akan gizi karena berbahan dasar sayur dan daging serta rendah minyak karena proses pembuatannya dimasak dengan air. (Ho and Song, 2017).

Metode Pelaksanaan

Sasaran Kegiatan

Yang menjadi sasaran pelaksanaan kegiatan program ini adalah masyarakat kota Palopo khususnya dikalangan para penggemar K-Pop dan K-Drama serta para mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo.

Lokasi Kegiatan

Lokasi kegiatan PKM-K ini kami pusatkan di daerah kota palopo, lokasi ini dipilih karena memiliki ruang yang cukup serta didukung pusat keramaian, di daerah ini juga sangat mudah untuk mencari bahan baku.

Metode yang Digunakan

Adapun metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan usaha ini adalah

berdasarkan input, proses, output (produk), dan evaluasi sebagai berikut:

1. Tahap 1 (Input)

Sebelum melakukan kegiatan produksi ini, kami melakukan survei pasar terlebih dahulu untuk mengetahui kondisi pasar, minat konsumen, serta melihat beberapa produk sejenis agar kami bisa menentukan harga untuk disesuaikan dengan kemampuan ekonomi masyarakat.

Setelah melakukan survei pasar, yang kami lakukan adalah studi kelayakan terhadap usaha yang akan kami jalankan, studi kelayakan ini dilakukan agar kami dapat mengetahui perkiraan usaha ini memiliki prospek jangka panjang. Pada tahap ini, analisis ekonomi sangat diperlukan agar kami dapat melihat keuntungan kedepannya sehingga potensi usaha ini dapat diketahui jangka peluang usaha kami.

Tahap terakhir yaitu pemilihan bahan dan penyediaan tempat serta sarana dan prasarana sehingga dapat menunjang proses produksi, pada tahap ini ditujukan untuk langkah awal yang harus dilakukan untuk membangun usaha Kuliner Kimbab.

2. Tahap 2 (Proses)

Kegiatan pembuatan Kuliner Kimbab dilakukan pada bulan Maret 2023, yaitu:

1. Beberapa lembar nori biasanya dibeli di toko
2. 1 buah wortel, dipotong memanjang menjadi beberapa bagian
3. 1 buah mentimun, dipotong memanjang menjadi beberapa bagian
4. 1 buah sosis rasa daging ayam, dipotong memanjang menjadi beberapa bagian
5. 1 buah minyak wijen
6. 5 butir telur, dibuat menjadi telur dadar yang sudah digoreng dan dipotong memanjang menjadi beberapa bagian

3. Tahap 3 (Output)

Output dari produksi yang dibuat dalam program kreativitas mahasiswa ini adalah Kuliner Kimbab yang sangat berguna untuk kesehatan, meningkatkan kualitas tubuh, mendapatkan banyak nutrisi dan zat gizi yang berguna bagi tubuh, meminimalisir risiko berbagai penyakit. Produk Kuliner Kimbab ini juga dapat menambah wawasan kewirausahaan dalam mengelola kuliner tradisional korea.

4. Tahap 4 (Evaluasi)

Tahapan ini akan dilaksanakan pada saat produksi produk Kuliner Kimbab telah selesai dilakukan. Pada tahap akhir akan meninjau tentang kekurangan-kekurangan apa saja yang membuat konsumen tidak nyaman menggunakan produk kami serta kekurangan yang membuat usaha ini berpotensi tidak mencapai target keuntungan dan perkembangan yang sudah direncanakan.

Hasil dan Pembahasan

1. Input

Sebelum melakukan kegiatan produksi ini, kami melakukan survei pasar terlebih dahulu untuk mengetahui kondisi pasar, minat konsumen, serta melihat beberapa produk sejenis agar kami bisa menentukan harga untuk disesuaikan dengan kemampuan ekonomi masyarakat.

Setelah melakukan survei pasar, yang kami lakukan adalah studi kelayakan terhadap usaha yang akan kami jalankan, studi kelayakan ini dilakukan agar kami dapat mengetahui perkiraan usaha ini memiliki prospek jangka panjang. Pada tahap ini, analisis ekonomi sangat diperlukan agar kami dapat melihat keuntungan kedepannya sehingga potensi usaha ini dapat diketahui jangka peluang usaha kami. Selanjutnya, tahap terakhir yaitu pemilihan bahan dan penyediaan tempat serta sarana dan prasarana sehingga dapat menunjang proses produksi.

Adapun bagian hasil dan pembahasan yaitu menjelaskan dan menguraikan tentang pemilihan bahan-bahan:

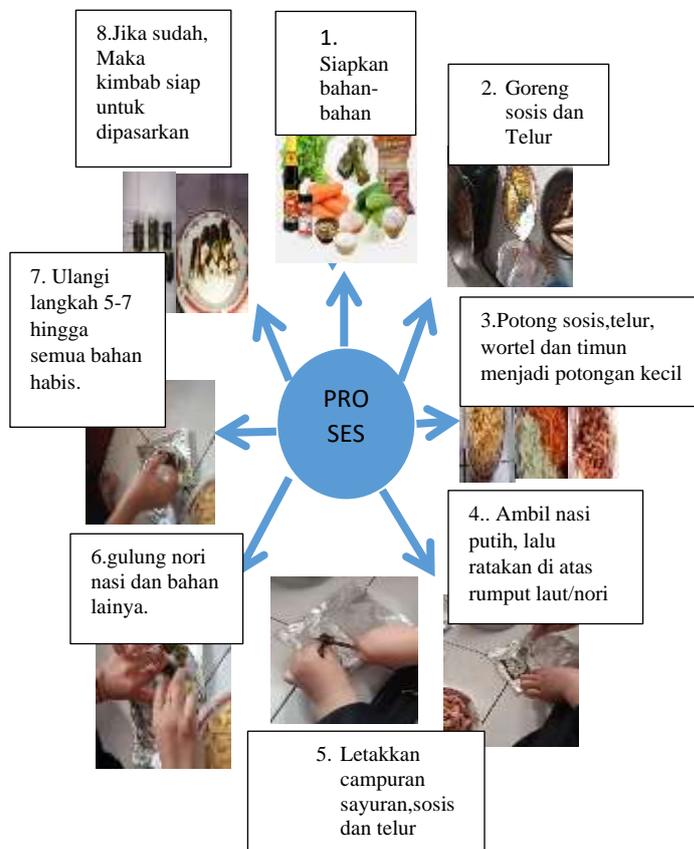


Gambar 1. Bahan-bahan untuk membuat Kuliner Kimbab

2. Proses

Tahap-tahap yang harus dilakukan dalam proses produksi Kuliner Kimbab yaitu Pertama, potong wortel, timun, dan sosis rasa daging ayam menjadi ukuran korek api

1. Bagi sayur bayam menjadi potongan kecil.
2. Goreng telur dan sosis rasa daging ayam ke dalam wajan, lalu masak hingga matang. Tambahkan garam, merica, gula, bawang putih bubuk, dan bawang merah bubuk ke dalam wajan saat menggoreng sosis, lalu aduk rata.
3. Ambil sejumlah nasi putih, lalu ratakan di atas rumput laut (Nori), meninggalkan sedikit ruang kosong di ujung-ujungnya.
4. Taruh sejumlah campuran sayuran dan sosis di atas nasi putih, lalu rapatkan menggunakan tangan Anda.
5. Gulung rumput laut (Nori) ke arah Anda dengan rapi dan rapat, menggunakan jari-jari Anda untuk meratakan dan membentuk kimbab.
6. Ulangi langkah 5-7 hingga semua bahan habis.
7. Jika Langkah 7 telah selesai. Maka, Kimbab siap disajikan



Gambar 2. Proses membuat Kuliner Kimbab

3. Output

Output dari produksi yang kami buat dalam program kreativitas mahasiswa yaitu Kuliner Kimbab yang sangat bermanfaat untuk kesehatan, meningkatkan kualitas tubuh, mendapatkan berbagai nutrisi dan zat gizi yang berguna untuk kesehatan tubuh, meminimalisir risiko berbagai penyakit. Produk Kuliner Kimbab ini juga dapat menambah wawasan kewirausahaan dalam mengelolah kuliner tradisional korea.

Adapun hasil Produksi Kuliner Kimbab ini adalah sebagai berikut:



Gambar 3. Output Kuliner

4. Evaluasi

Tahap ini dapat dilaksanakan setelah proses produk Kuliner Kimbab. Pada tahap akhir akan meninjau tentang kekurangan-kekurangan yang membuat para konsumen tidak nyaman menggunakan produk kami serta kekurangan yang mengakibatkan usaha kami berpotensi tidak mencapai target keuntungan dan perkembangan yang sudah direncanakan. Evaluasi tersebut diantaranya, evaluasi kualitas produk, dan manfaat produk kuliner kimbab, evaluasi biaya bahan baku produk kuliner kimbab, evaluasi harga jual produk kuliner kimbab, dan evaluasi tempat pemasaran produk kuliner kimbab

Berikut dokumentasi pemasaran produk kuliner kimbab secara online dan offline :



Gambar 4. Dokumentasi pemasaran secara offline



Gambar 5. Dokumentasi pemasaran secara online

Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan program PKM-K bahwa inovasi Kuliner Kimbab yang sangat berguna untuk kesehatan, meminimalisir risiko berbagai penyakit dan produk kuliner kimbab ini juga dapat menambah wawasan kewirausahaan dalam mengelolah kuliner tradisional korea. Demi terwujudnya mahasiswa yang kreatif untuk mendirikan suatu usaha.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada bapak dosen kami yang telah membimbing kami dalam proses pembuatan artikel ini. Ucapan terimakasih juga kepada segenap rekan satu kelompok yang terlibat dalam proses pembuatan artikel dan produk ini sehingga dapat terselesaikan tepat waktu, serta ucapan terimakasih juga kepada teman-teman lain yang sudah membantu dalam memberi saran maupun kritikan untuk produk yang kami buat guna untuk menjadi acuan dan motivasi bagi kami dalam pembuatan produk selanjutnya.

Daftar Pustaka

Evina Kurniawan, ‘Makanan Pada Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Korea “ Myoung Ga ” Di Surabaya Dengan’, 4,2 (2015), 1–17. Asihra, A. M. (2020). Gambaran Hitung Jenis Leukosit Pada Individu Yang Tidur Dengan Lampu Menyala Dan Dipadamkan. *Politeknik Health Kemenkes Medan*, 8(75), 147–154. <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798> %0Ahttps://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002%0Ahttp://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049%0Ahttp://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391%0Ahttp://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205%0Ahttp:

Sarah Phalosa Rani, ‘Korean Wave Sebagai Salah Satu Pendukung Nation Branding Yang Dilakukan Oleh Korea Selatan’, FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK PROGRAM SARJANA ILMU KOMUNIKASI (Universitas Indonesia, 2016).

S. J. Lee. 2011. “The Korean Wave: The Seoul of Asia.” *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, Vol. 2, No. 1, hlm. 85

- Ni Putu Elvina Suryani, 'Korean Wave Sebagai Instrumen Soft Power Untuk Memperoleh Keuntungan Ekonomi Korea Selatan', *Global: Jurnal Politik Internasional*, 16.1 (2015), 69–83 <<https://doi.org/10.7454/global.v16i1.8>>.
- Florenca T. Sia and Hartono Subagio, 'Analisa Pengaruh Price, Service Quality Dan Corporate Image Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Konsumen IPO Korean Cafe Dan Restaurant Surabaya', *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1.1 (2013), 1–8.
- Sia and Subagio. *Sosiologi Reflektif*, Ummul Hasanah dan Th.Avilla Rencidiptya Volume 14, No. 2, April 2020
- Melissa, Masbudi, Elisabeth Christine Yuwono, and Adi Satria Kurniawan, 'Perancangan Buku Pengenalan Makanan Khas Korea', *Media.Neliti. Com*, 2014, 1–13 <<https://www.neliti.com/id/publications/77474/perancangan-buku-pengenalan-makanan-khas-korea>>
- Masbudi, Elisabeth Christine Yuwono, and Adi Satria Kurniawan, 'Perancangan Buku Pengenalan Makanan Khas Korea', *Media.Neliti. Com*, 2014, 1–13 <<https://www.neliti.com/id/publications/77474/perancangan-buku-pengenalan-makanan-khas-korea>>
- Limando, I., B.M. Soewito & A. Yuwono. (2015). "Perancangan Buku Visual tentang Tahu sebagai Salah Satu Makanan Masyarakat Indonesia". Tersedia secara online di: <http://download.portalgaruda.org/article.php?article>
- Lery et al., 1988. Pada Anak Melalui Kegiatan Cooking Di Tk Tunas Bangsa Balai Panjang Kecamatan Lareh Sago. *Journal Pada Anak Melalui Kegiatan Cooking*.
- Purnakarya. (2010). *Pengaruh Zat Gizi pada Prestasi*. Jakarta.
- Nuraini, Heny. 2007. *Memilih & Membuat Jajanan Anak Yang Sehat & Halal*. Qultum Media. Jakarta
- Sulistyoningsih, H. (2011). *Gizi Untuk Kesehatan Ibu dan Anak*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bonnie Worthington-Roberts and Williams, 2000. Analisis kebutuhan gizi pada tubuh manusia. *Journal nutrition and protein in gizi healthy*, Jakarta.