

Pengembangan usaha kimbab sebagai media pembelajaran kewirausahaan di kalangan mahasiswa

Azwa Putri Aisyah¹, Elfira Fawwaza²

Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: azwaputri95@gmail.com¹, elfiraza01@gmail.com²

Kata Kunci:

Kewirausahaan mahasiswa;
kimbab; korea wave; usaha
kuliner; praktek kewirausahaan

Keywords:

Student entrepreneurship;
kimbab; korean wave; culinary
business;
entrepreneurial practice

ABSTRAK

Budaya Korea yang semakin populer di Indonesia, terutama di kalangan anak muda, telah membuka peluang baru dalam dunia kewirausahaan. Salah satu bentuk nyata dari peluang tersebut adalah usaha kimbab, makanan khas Korea yang kini semakin digemari oleh masyarakat Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi pengembangan usaha kimbab sebagai media pembelajaran kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur dan observasi lapangan terhadap minat konsumen serta praktik mahasiswa dalam menjalankan usaha kimbab. Hasil penelitian menunjukkan

bahwa usaha kimbab dapat menjadi sarana efektif untuk mengembangkan jiwa wirausaha mahasiswa, melatih keterampilan manajerial, serta meningkatkan kreativitas dan inovasi produk. Selain itu, tren Korean Wave menjadi faktor pendukung yang signifikan dalam memasarkan produk ini. Oleh karena itu, pengembangan usaha kimbab tidak hanya memberikan keuntungan finansial, tetapi juga nilai edukatif bagi mahasiswa yang terlibat secara langsung dalam proses bisnisnya.

ABSTRACT

The growing popularity of Korean culture in Indonesia, especially among young people, has opened up new opportunities in the world of entrepreneurship. One of the tangible forms of this opportunity is the kimbab business, a Korean specialty food that is now increasingly favored by the Indonesian people. This study aims to analyze the potential of kimbab business development as a medium for entrepreneurship learning among students. The methods used in this research are literature study and field observation of consumer interest and student practice in running kimbab business. The results showed that kimbab business can be an effective means to develop students' entrepreneurial spirit, train managerial skills, and increase creativity and product innovation. In addition, the Korean Wave trend is a significant supporting factor in marketing this product. Therefore, the development of kimbab business not only provides financial benefits, but also educational value for students who are directly involved in the business process.

Pendahuluan

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, dunia kerja mengalami transformasi yang signifikan. Lulusan perguruan tinggi tidak lagi dituntut untuk menjadi pencari kerja (job seeker), melainkan juga diharapkan mampu menciptakan lapangan kerja (job creator). Oleh karena itu, kemampuan berwirausaha menjadi salah satu keterampilan yang sangat penting dimiliki oleh mahasiswa.



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi ini semakin mendapat perhatian sebagai Upaya membekali mahasiswa dengan kemampuan berpikir kreatif, inovatif, serta keberanian mengambil risiko dalam menciptakan dan mengelola sebuah usaha. Hal ini bermanfaat mengurangi kemiskinan (Yunus et al., 2022).

Namun demikian, pembelajaran kewirausahaan tidak akan efektif apabila hanya disampaikan dalam bentuk teori di dalam kelas. Pendekatan yang lebih aplikatif sangat dibutuhkan agar mahasiswa mampu memahami secara langsung tantangan dan dinamika dalam dunia usaha. Salah satu strategi pembelajaran yang dinilai efektif adalah experiential learning, yaitu pembelajaran yang berbasis pada pengalaman nyata. Dalam konteks ini, mahasiswa dilibatkan secara aktif dalam proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi usaha yang paling diminati dan mudah diakses oleh mahasiswa karena tidak memerlukan modal besar serta memiliki pasar yang luas.

Salah satu jenis makanan yang dapat dikembangkan sebagai peluang usaha mahasiswa adalah kimbab, makanan khas Korea Selatan yang semakin populer di kalangan Masyarakat Indonesia, terutama anak muda. Tren budaya Korea melalui fenomena K – wave seperti K- pop dan drama Korea turut berkontribusi terhadap meningkatnya minat Masyarakat terhadap makanan khas Korea. Kimbab, yang sekilas menyerupai sushi Jepang, memiliki cita rasa yang khas dan dapat dimodifikasi sesuai dengan selera local. Factor inilah yang menjadikan kimbab sebagai produk potensial untuk dibandingkan oleh mahasiswa sebagai media pembelajaran kewirausahaan.

Pengembangan usaha kimbab oleh mahasiswa tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan finansial semata, tetapi juga memberikan pengalaman langsung yang sangat bermanfaat dalam mengelola bisnis. Mahasiswa akan belajar mengenai perencanaan bisnis, analisis pasar, strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, hingga pelayanan konsumen (Fina, 2024). Pengalaman ini memungkinkan mahasiswa untuk mengembangkan soft skills seperti kemampuan komunikasi, kerja sama antara tim, kepemimpinan, manajemen waktu, serta problem solving. Selain itu, proses berwirausaha juga dapat menumbuhkan karakter mahasiswa seperti kemandirian, kepercayaan diri, dan ketangguhan dalam menghadapi tantangan.

Lebih jauh lagi, keterlibatan mahasiswa dalam usaha kimbab dapat menjadi langkah awal dalam menanamkan semangat kewirausahaan sosial. Mereka tidak hanya berorientasi pada keuntungan pribadi, tetapi juga dapat berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar, misalnya dengan melibatkan UMKM lokal dalam penyediaan bahan baku, atau membuka peluang kerja bagi sesama mahasiswa. Oleh karena itu, pengembangan usaha kimbab sebagai media pembelajaran kewirausahaan di kalangan mahasiswa menjadi sangat relevan, baik dari segi potensi ekonomi, pembelajaran praktis, maupun pengembangan karakter kewirausahaan itu sendiri (SIYAM, 2025).

Dengan melihat urgensi dan potensi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengembangan usaha kimbab dapat dijadikan sebagai sarana pembelajaran kewirausahaan yang efektif bagi mahasiswa. Penelitian ini juga akan mengkaji tantangan dan peluang yang dihadapi mahasiswa dalam mengelola usaha

kuliner, serta sejauh mana pengalaman tersebut berdampak terhadap peningkatan kompetensi kewirausahaan mereka.

Pembahasan

Popularitas Kimbab

Globalisasi dapat dipahami sebagai suatu proses budaya baru dalam berbagai wilayah dunia melalui pertukaran informasi, teknologi, ekonomi, dan komunikasi. Dalam konteks Indonesia, globalisasi telah membawa dampak signifikan terhadap kehidupan sosial dan kebudayaan Masyarakat. Munculnya aneka ragam kebudayaan dari berbagai belahan dunia yang masuk ke Indonesia menjadikan budaya nasional semakin Bergama dan dinamis. Budaya – budaya asing ini hadir dalam berbagai bentuk, mulai dari gaya hidup, makanan, music, hingga Bahasa, dan secara perlahan mengengaruhi pola pikir serta kebiasaan Masyarakat, khususnya generasi muda. Keberagaman budaya asli Indonesia yang sudah kaya sejak dahulu kini semakin variative dengan kedatangan unsur-unsur budaya dari negara lain. Di satu sisi, hal ini membuka peluang bagi unsur Masyarakat Indonesia untuk lebih terbuka terhadap perbedaan dan memperluas wawasan budaya. Namun di sisi lain, globalisasi juga menimbulkan tantangan berupa risiko terpinggirnya identitas budaya local apabila Masyarakat tidak mampu menyerong dan mengelola arus budaya asing dengan bijak. Diketahui bahwa pembelian yang dilakukan oleh mahasiswa perguruan tinggi negeri di kota Malang saat perayaan Harbolnas paling banyak dipengaruhi oleh penawaran gratis biaya pengiriman (54,6 %). Kemudian diikuti penawaran diskon (38,1 %), cashback (3,6 %), dan kebutuhan (3,6 %) (Cholili, 2023).

Kebudayaan Korea telah mengalami perkembangan yang pesat dan berhasil menyebar secara global dalam beberapa decade terakhir. Keberadaan budaya di seluruh dunia, termasuk Masyarakat Indonesia. Fenomena ini dikenal dengan istilah Hallyu atau yang lebih populer disebut Korean Wave, yaitu gelombang penyebaran budaya populer Korea ke berbagai negara. Korean Wave mencakup beragam aspek budaya, seperti musik (K-pop), drama televisi (K-drama), fashion, kosmetik, makanan khas Korea, serta budaya tradisionalnya. Penyebaran budaya ini tidak hanya terbatas pada hiburan semata, tetapi juga telah memengaruhi gaya hidup, selera konsumsi, hingga preferensi budaya masyarakat di negara-negara penerima, termasuk di Indonesia.

Fenomena ini menunjukkan kekuatan soft power Korea Selatan dalam mempromosikan citra negaranya melalui produk-produk budaya yang menarik dan mudah diterima oleh masyarakat global. Di Indonesia, dampak Korean Wave dapat terlihat dari semakin banyaknya penggemar budaya Korea, menjamurnya restoran Korea, tren kosmetik ala Korea, hingga penggunaan bahasa Korea secara informal di kalangan remaja.

Saat ini, fenomena budaya Korea semakin marak di kalangan masyarakat Indonesia, khususnya di kalangan generasi milenial dan anak muda. Tingginya minat terhadap berbagai hal yang mengandung unsur Korea, seperti musik K-Pop, drama Korea, makanan khas Korea, hingga ketertarikan terhadap artis atau idol Korea, menunjukkan bahwa budaya populer Korea telah memiliki pengaruh yang signifikan.

Hidangan Korea banyak dijumpai di banyak acara televisi Korea seperti drama, variety show, reality show, dan lain-lain. Hidangan Korea dalam tayangantayangan tersebut selalu mempunyai kemampuan untuk menarik perhatian penonton dan penggemarnya, sehingga terkadang penonton ingin mencoba mencari tahu akan masakan tersebut.

Terdapat berbagai macam makanan khas Korea yang saat ini populer di Indonesia seiring dengan meningkatnya pengaruh Korea Wave di kalangan Masyarakat. Salah satu makanan yang menjadi favorit banyak orang adalah kimbab. Kimbab merupakan makanan khas Korea yang terbuat dari nasi yang digulung Bersama berbagai macam isian seperti daging ayam, telur, mentimun, wortel, bayam dan bahan lainnya, lalu dibungkus dengan lembaran rumput laut (nori). Makanan ini sekilas menyerupai sushi dari Jepang, namun memiliki citra rasa dan Teknik pengelolaan yang berbeda, karena kimbab umumnya menggunakan bahan – bahan yang telah dimasak dan diberi bumbu khas Korea.

Kimbab memiliki potensi yang cukup untuk dikembangkan sebagai kuliner di Indonesia. Selain karena rasanya yang unik dan dapat disesuaikan dengan selera local, meningkatnya popularitas budaya Korea menjadi factor pendukung yang signifikan. Karakteristik kimbab yang praktis dan mudah dibawa menjadikannya sebagai pilihan makanan yang cocok untuk dibawa diberbagai aktivitas luar ruangan seperti piknik, hiking atau ke sekolah. Selain itu proses pembuatan kimbab yang tidak terlalu rumit juga membuka peluang bagi mahasiswa atau pelaku usaha pemula untuk menjadikan kimbab sebagai produk usaha yang potensial, terutama di kalangan pecinta budaya Korea.

Kimbab juga cocok untuk orang yang memiliki jam kerja yang padat sehingga tidak sempat untuk menyiapkan dan sarapan pagi. Selain itu, kimbab juga cocok untuk orang yang ingin mencoba makanan Korea yang unik dan berbeda dari makanan Indonesia. Kimbab juga dapat diisi dengan berbagai macam bahan, sehingga memiliki banyak variasi rasa

Pengembangan Usaha Kimbab

Meningkatkan nilai tambah produk saat ini merupakan syarat krusial untuk menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Sikap kewirausahaan yang positif sangat diperlukan oleh masyarakat untuk mengembangkan usaha (Rosyida et al., 2025). Salah satu caranya adalah dengan mengolah bahan baku menjadi barang setengah jadi atau produk yang siap dijual. Berdasarkan identifikasi masalah, dirumuskan bahwa nilai jual produk dapat ditingkatkan dengan mengolahnya menjadi berbagai produk makanan olahan.

Perkembangan wirausaha di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat cepat dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini terbukti dari munculnya banyak start-up baru yang mulai menjalankan bisnis. Saat ini, banyak pengusaha muda yang memulai usaha (Yusda et al., 2023). Oleh karena itu, siswa perlu memanfaatkan internet untuk mengembangkan bisnis baru atau meningkatkan usaha yang sudah ada agar semakin berkembang. Tidak sedikit perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia disebabkan oleh adanya internet. Hal ini terlihat dari banyaknya orang yang menggunakan internet di seluruh wilayah. Akses internet dapat dilakukan oleh siapa saja untuk berbagai berbagai hal, salah satunya dalam berbelanja. Penggunaan internet di Indonesia sendiri

biasanya mencakup berbagai aktivitas, termasuk di bidang bisnis, serta semua hal yang berhubungan dengan proses penjualan dan pembelian yang selalu terhubung dengan internet.

Menurut (Yusda et al., 2023) dalam penelitiannya, umumnya sebuah bisnis bertujuan untuk menciptakan kepuasan konsumen dan mewujudkan keputusan pembelian yang akan menghasilkan keuntungan, yang terjalin dalam hubungan harmonis antara perusahaan dan pelanggan, memberikan konsep yang baik kepada pelanggan untuk membeli dan melakukan pembelian ulang di masa mendatang. Di era sekarang ini, terdapat berbagai strategi atau pendekatan untuk memasarkan produk, komoditas, atau layanan. Dengan perubahan yang sangat cepat dan kompleks saat ini, pelaku ekonomi harus memodifikasi pola dan teknik dalam operasi pemasaran agar dapat bertahan dan bersaing di pasar bebas.

Kemajuan teknologi yang pesat saat ini tidak hanya digunakan untuk mengkomunikasikan informasi data dan berita, tetapi juga untuk meningkatkan omset dan mempromosikan operasi perusahaan. Teknologi informasi telah menjadi pendukung utama dalam memperoleh informasi dengan cepat dan akurat, memungkinkan pengguna untuk mengakses berbagai informasi kapan saja dan di mana saja mereka pilih. Evolusi dunia online saat ini menyebabkan munculnya item-item baru, salah satunya adalah jual beli produk dan jasa.

Usaha kimbab merupakan peluang bisnis yang menjanjikan untuk dikembangkan sebagai ide usaha, terutama di tengah meningkatnya tren kuliner Korea di Indonesia. Kimbab, makanan khas Korea yang terdiri dari nasi putih yang dibungkus rumput laut dan diisi dengan berbagai bahan seperti telur, daging, dan sayuran, memiliki cita rasa unik dan nilai gizi yang baik sehingga diminati oleh berbagai kalangan, terutama generasi milenial. Selain itu, kimbab juga mudah dikonsumsi dan praktis, menjadikannya pilihan tepat untuk makanan cepat saji yang sehat dan menarik secara visual.

Dari segi pengembangan usaha, kimbab memiliki potensi pasar yang luas dengan strategi pemasaran yang efektif, baik secara online melalui media sosial maupun offline melalui penjualan langsung di berbagai event dan lokasi strategis. Studi kelayakan bisnis menunjukkan bahwa modal awal yang dibutuhkan relatif terjangkau dengan waktu balik modal yang singkat, sehingga cocok untuk usaha mikro dan kecil. Inovasi produk dan kemasan yang menarik juga menjadi faktor penting dalam menarik minat konsumen dan membangun citra merek yang kuat.

Lebih jauh, pengelolaan usaha kimbab yang baik mencakup aspek produksi yang higienis, manajemen tenaga kerja yang berpengalaman, serta distribusi yang efisien melalui platform digital seperti aplikasi pengantaran makanan. Dengan pendekatan bisnis yang terstruktur dan inovatif, usaha kimbab tidak hanya dapat bertahan tetapi juga berkembang pesat di pasar kuliner yang kompetitif. Oleh karena itu, kimbab merupakan ide usaha yang potensial dan layak dikembangkan sebagai sumber pendapatan yang berkelanjutan.

Pembelajaran Kewirausahaan di Kalangan Mahasiswa

Dalam era globalisasi yang ditandai dengan kemajuan pesat di berbagai bidang, dunia pendidikan dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan perubahan yang ada, termasuk mempersiapkan generasi muda agar lebih siap menghadapi tantangan masa depan. Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh generasi muda saat ini adalah semakin ketatnya persaingan di dunia kerja dan terbatasnya lapangan pekerjaan formal yang tersedia. Untuk mengatasi hal tersebut, pendidikan memegang peranan yang sangat penting dalam mempersiapkan manusia dengan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk dapat menyerap lapangan pekerjaan dengan baik. Pendidikan kewirausahaan menjadi salah satu pendekatan strategis dalam menumbuhkan jiwa dan minat berwirausaha di kalangan generasi muda, termasuk mahasiswa yang tengah menempuh pendidikan tinggi. Pelatihan kewirausahaan memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung dan mengoordinasikan aktivitas kewirausahaan di kalangan generasi muda.

Pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan dasar, tetapi juga menawarkan keterampilan yang relevan serta pengalaman berharga untuk membantu mereka dalam memulai dan mengembangkan usaha. Pelatihan kewirausahaan dapat berfungsi sebagai panduan yang bertujuan untuk menciptakan sikap, keterampilan, dan pengetahuan yang diperlukan agar seseorang dapat membentuk, mengelola, dan menciptakan usaha secara mandiri. Pendidikan ini tidak hanya menitikberatkan pada aspek teoritis mengenai konsep kewirausahaan, tetapi juga memberikan penekanan pada praktik langsung yang dapat meningkatkan kemampuan inovasi, kreativitas, serta keberanian dalam mengambil risiko (Wardati dan Kirwani 2013). Dengan demikian, pendidikan kewirausahaan diharapkan dapat membentuk individu yang lebih mandiri dan mampu beradaptasi dengan dinamika ekonomi yang terus berubah.

Saat memulai sebuah usaha, sebaiknya diawali dengan ketertarikan dan kecintaan terhadap pekerjaan terlebih dahulu. Ketertarikan ini akan memberikan dampak positif terhadap minat seseorang dalam berwirausaha. Selain itu, ketertarikan juga akan berkontribusi pada inovasi dan kreasi individu dalam meningkatkan daya saing usaha (Jiang, Xiong, dan Cao 2017). Minat berusaha seseorang berkaitan erat dengan emosi, baik yang positif maupun negatif, dan akan mempengaruhi tindakan serta hasil dari usaha tersebut. Individu yang memiliki emosi positif yang mendalam akan berpengaruh pada perkembangan usahanya. Dikatakan bahwa minat berwirausaha di era digital semakin meningkat karena berbagai peluang yang muncul dari kemajuan teknologi dan akses internet yang luas.

Era digital memberikan kemudahan dan peluang baru yang membuat wirausaha semakin diminati, terutama oleh generasi muda yang akrab dengan teknologi (Baskara dan Has 2018). Berwirausaha di era digital lebih mudah diakses dan memungkinkan siapa saja untuk mengembangkan bisnis sesuai dengan minat, kreativitas, dan keterampilan mereka. Namun, masih banyak anak muda yang belum dapat memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi, khususnya mahasiswa yang masih bergantung pada keuangan orang tua. Meskipun demikian, tidak semua anak muda hanya bergantung pada orang tua mereka; sudah banyak yang berani memulai berwirausaha dengan

memanfaatkan komunikasi dan teknologi digital. Anak muda, khususnya mahasiswa, memiliki jaringan relasi yang cukup luas, yang dapat dimanfaatkan untuk memulai usaha. Mereka akan memulainya dengan mencari tahu apa yang sedang disukai oleh kalangan anak muda, seperti kuliner, kafe, model pakaian, aksesoris, atau perlengkapan kuliah yang sering digunakan oleh mahasiswa (MacGilvary, Tan, dan Oliver 2013).

Pendidikan kewirausahaan memainkan peran yang sangat penting dalam membentuk sikap dan keterampilan mahasiswa agar dapat menghadapi tantangan di dunia usaha. Dalam pelaksanaannya, dosen berfungsi sebagai fasilitator yang menyampaikan materi kewirausahaan yang dapat diintegrasikan ke dalam kurikulum di perguruan tinggi. Materi yang diajarkan mencakup konsep dasar kewirausahaan, inovasi bisnis, strategi pemasaran, serta manajemen keuangan. Selain itu, dorongan untuk pembelajaran kewirausahaan di kampus dilakukan melalui pendekatan praktis, seperti studi kasus, proyek bisnis mahasiswa, dan kolaborasi dengan pelaku usaha atau karyawan yang memiliki pengalaman di bidang kewirausahaan.

Proses pengembangan sikap kewirausahaan ini memerlukan perencanaan yang cermat dengan melibatkan berbagai pihak, termasuk dosen, mahasiswa, dan lingkungan kampus untuk mengidentifikasi perkembangan bisnis yang relevan. Sikap kewirausahaan yang dikembangkan mencakup kreativitas, keberanian untuk mengambil risiko, serta kemampuan beradaptasi dalam menghadapi perubahan. Dengan adanya pendidikan kewirausahaan, mahasiswa tidak hanya memahami teori, tetapi juga memiliki jiwa wirausaha yang mampu mengubah tantangan menjadi peluang. Menurut Depdiknas, tujuan utama dari pendidikan kewirausahaan adalah membentuk individu secara menyeluruh, baik dalam aspek karakter, pemahaman, maupun keterampilan yang mendukung kemandirian ekonomi di masa depan.

Pembelajaran kewirausahaan di kalangan mahasiswa dapat dioptimalkan dengan mengembangkan usaha makanan seperti kimbab, yang saat ini tengah naik daun berkat tren kuliner Korea. Usaha kimbab memberikan mahasiswa kesempatan untuk belajar langsung mengenai proses produksi, pengelolaan bahan baku, hingga strategi pemasaran yang efektif. Misalnya, mahasiswa dapat menerapkan strategi diferensiasi produk dengan menciptakan berbagai varian isi kimbab yang unik dan menarik, sehingga mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dan penjualan sangat krusial untuk menjangkau target pasar yang mayoritas adalah generasi muda dan pecinta K-pop, sehingga usaha kimbab ini tidak hanya menjadi sumber penghasilan tetapi juga media pembelajaran pemasaran digital yang nyata.

Dalam menjalankan usaha kimbab, mahasiswa juga belajar mengelola aspek manajemen bisnis seperti pengendalian biaya, penentuan harga jual yang kompetitif, serta pelayanan pelanggan yang ramah dan responsif. Melalui pengalaman ini, mereka memahami pentingnya evaluasi rutin terhadap kinerja usaha, seperti menghitung titik impas (BEP) dan mengadaptasi strategi pemasaran berdasarkan analisis pasar dan tren konsumen. Misalnya, promosi khusus seperti diskon paket atau program loyalitas pelanggan dapat meningkatkan penjualan dan mempertahankan konsumen setia.

Pengalaman ini sangat berharga untuk membentuk sikap kewirausahaan yang mandiri, kreatif, dan adaptif terhadap perubahan pasar.

Lebih jauh, usaha kimbab sebagai proyek pembelajaran kewirausahaan juga mengajarkan mahasiswa tentang pentingnya inovasi produk dan packaging yang menarik untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Pengemasan yang rapi dan penggunaan label atau stiker dengan logo usaha dapat meningkatkan nilai jual produk serta membangun citra merek yang kuat. Selain itu, kolaborasi dengan platform pengantaran makanan online dan partisipasi dalam event komunitas atau food festival membuka peluang perluasan pasar yang lebih luas. Dengan demikian, pembelajaran kewirausahaan melalui usaha kimbab tidak hanya memberikan pengalaman praktis, tetapi juga membekali mahasiswa dengan keterampilan bisnis yang komprehensif dan siap diterapkan di dunia usaha sesungguhnya.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa usaha kimbab memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai media pembelajaran kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Fenomena *Korean Wave* atau *Hallyu* yang berkembang pesat di Indonesia menjadi salah satu faktor eksternal yang mendorong tingginya minat masyarakat, khususnya generasi muda, terhadap produk-produk yang berbau Korea, termasuk kuliner seperti kimbab. Kondisi ini memberikan peluang strategis bagi mahasiswa untuk memanfaatkan tren tersebut dalam bentuk kegiatan wirausaha yang kreatif dan inovatif.

Melalui keterlibatan langsung dalam pengelolaan usaha kimbab, mahasiswa tidak hanya belajar teori kewirausahaan, tetapi juga memperoleh pengalaman praktis yang komprehensif. Mulai dari tahap perencanaan bisnis, proses produksi makanan yang higienis, penyusunan strategi pemasaran yang sesuai dengan target pasar, hingga pelayanan konsumen yang baik. Seluruh proses ini memberikan ruang bagi mahasiswa untuk mengasah keterampilan teknis maupun non-teknis dalam berwirausaha.

Lebih dari itu, pengalaman berwirausaha ini juga berperan dalam membentuk karakter kewirausahaan yang tangguh, seperti sikap kemandirian, rasa tanggung jawab, kemampuan mengambil risiko secara terukur, serta berpikir kreatif dalam menghadapi tantangan pasar. Oleh karena itu, pengembangan usaha kimbab tidak hanya memberikan keuntungan secara finansial, tetapi juga nilai edukatif yang tinggi, sehingga dapat dijadikan sebagai salah satu model pembelajaran aplikatif dalam pendidikan kewirausahaan di lingkungan perguruan tinggi.

Saran

Diperlukan dukungan lebih lanjut dari pihak kampus, baik secara kelembagaan maupun kebijakan, untuk menyediakan fasilitas dan pembinaan kewirausahaan yang memadai bagi mahasiswa. Bentuk dukungan tersebut dapat berupa penyediaan akses terhadap pelatihan kewirausahaan, bimbingan dari mentor bisnis, penyediaan tempat usaha (inkubator bisnis), serta pendanaan awal (*seed funding*) bagi mahasiswa yang ingin memulai usahanya. Hal ini penting terutama bagi mahasiswa yang memiliki

ketertarikan untuk mengembangkan usaha berbasis tren budaya populer, seperti usaha makanan kimbab yang memanfaatkan fenomena *Korean Wave* sebagai strategi pemasaran.

Selain itu, mahasiswa juga diharapkan memiliki kemampuan adaptif terhadap perkembangan teknologi digital dengan cara memanfaatkan media sosial, marketplace, dan platform penjualan online sebagai sarana untuk memperluas jangkauan pasar. Strategi digital marketing seperti branding, content creation, endorsement, dan pelayanan berbasis aplikasi dapat meningkatkan daya saing produk serta membangun loyalitas konsumen. Dengan penguasaan teknologi digital, mahasiswa tidak hanya mampu menjalankan bisnis secara efektif, tetapi juga lebih siap bersaing dalam pasar global yang kompetitif.

Daftar Pustaka

- Cholili, A. H. (2023). *Psikologi dalam entrepreneur*. <http://repository.uin-malang.ac.id/17055/>
- Fina, A. D. (2024). *Hunaa Kimbab: Inovasi Bisnis Makanan Kimbab dengan Berbagai Macam Varian Isi dengan Cita Rasa Khas Nusantara (Bagian Produksi dan Keuangan)*. Universitas Islam Indonesia.
- Rosyida, F. A., Wahidmurni, W., & Zuhroh, N. (2025). Sikap dan perilaku entrepreneur pengasuh dalam mengembangkan usaha busana muslim di Pondok Pesantren Al-Madina Ponorogo. *JUMANAGE Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 519–527. <http://repository.uin-malang.ac.id/23274/>
- SIYAM, N. (2025). *IMPLEMENTASI PEMBELAJARAN PENDIDIKAN AGAMA ISLAM BERBASIS ENTREPRENEURSHIP SISWA KELAS XII DI SMK ISLAM AL FADHILA DEMAK TAHUN AJARAN 2024/2025*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Yunus, M., Suman, A., Multifiah, M., & Manzilati, A. (2022). Empowerment of the poor through zakat: A case study of Baznas in Malang City. *Eurasia: Economics & Business*, 7(61), 106–116. <http://repository.uin-malang.ac.id/16950/>
- Yusda, D. D., Kumalasari, N., & Khoiriah, N. (2023). Memaksimalkan Pengembangan Usaha Lewat Online. *Jurnal Multidisiplin Borobudur*, 1(2), 52–62.