

INDUSTRI AYAM GORENG DI KOREA SELATAN



Devi Suryaningrum

NIM 163450200550032

AKADEMI BAHASA ASING NASIONAL

PROGRAM STUDI BAHASA KOREA

JAKARTA

2019

INDUSTRI AYAM GORENG DI KOREA SELATAN



Karya Tulis Akhir Ini Diajukan Untuk Melengkapi Pernyataan Kelulusan
Program Diploma Tiga Akademi Bahasa Asing Nasional

Devi Suryaningrum

NIM 163450200550032

AKADEMI BAHASA ASING NASIONAL

PROGRAM STUDI BAHASA KOREA

JAKARTA

2019



Akademi Bahasa Asing Nasional
Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN KARYA TULIS

Nama Mahasiswa : Devi Suryaningrum
Nomor Pokok Mahasiswa : 163450200550032
Program Studi : Bahasa Korea
Judul Karya Tulis : Industri Ayam Goreng di Korea Selatan
Diajukan Untuk : Melengkapi Persyaratan Kelulusan Program
Diploma III Akademi Bahasa Asing Nasional

Disetujui Oleh:

Pembimbing

Direktur

Yayah Cheryah S.E., M.A.



Dra, Rurani Adinda, M.A.



Akademi Bahasa Asing Nasional

Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

Karya Tulis Akhir ini telah diujikan pada tanggal 12 Agustus 2019

Dra. Rurani Adinda, M.A
Ketua Penguji

Heri Suheri, S.S, M.M
Sekertaris Penguji

Yayah Cheryah, S.E, M.A
Pembimbing

Disahkan pada tanggal 26 Agustus 2019

Zaini, S.Sos, M.A.
Ketua Program Studi



Dra. Rurani Adinda, M.A.
Direktur Akademi Bahasa Asing Nasional



Akademi Bahasa Asing Nasional

Jakarta

PERNYATAAN TUGAS AKHIR

Dengan ini saya,

Nama Mahasiswa : Devi Suryaningrum

NIM : 163450200550032

Jurusan : Bahasa Korea D3

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir saya yang berjudul “Industri Ayam Goreng di Korea Selatan” yang saya tulis dalam memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh kelulusan ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Semua kalimat ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Semua kalimat baik langsung maupun tidak langsung dan dari sumber lainnya telah disertai dengan identitas dari sumbernya dengan cara yang sesuai dalam penulisan karya tulis ilmiah.

Dengan demikian, walaupun tim penguji dan pembimbing Tugas Akhir ini membubuhkan tandatangan sebagai tanda keabsahannya, seluruh isi karya ilmiah ini tetap menjadi tanggung jawab pribadi. Jika kemudian hari ditemukan ketidakbenaran dalam karya ilmiah ini saya bersedia menerima akibatnya.

Demikian pernyataan ini saya buat agar dapat digunakan seperlunya.

Jakarta,

Devi Suryaningrum

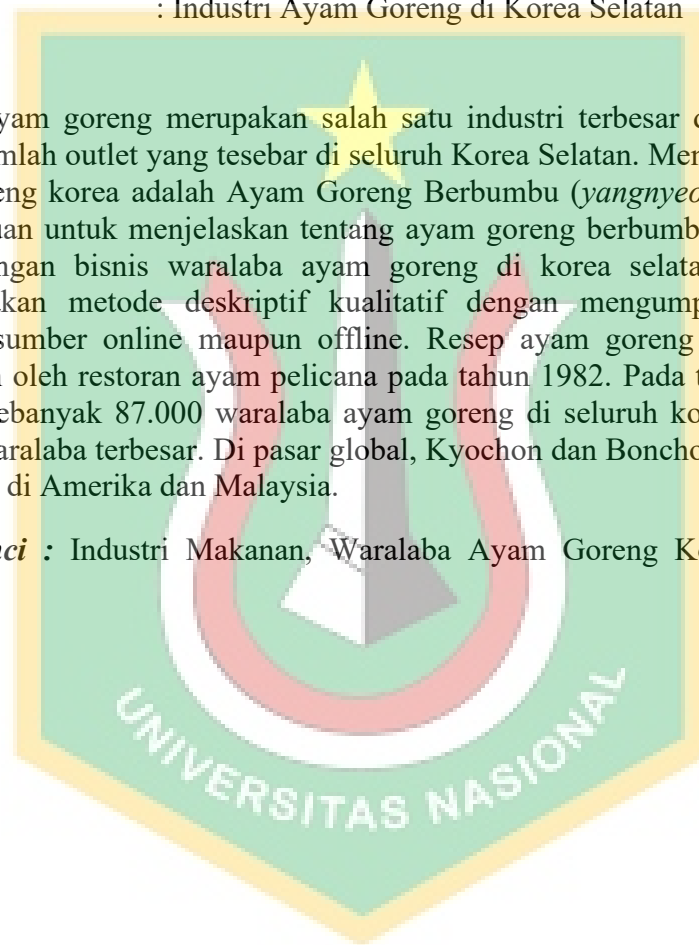
163450200550032

ABSTRAK

Nama : Devi Suryaningrum
Program Studi : Mahasiswa D-3 Program Studi Bahasa Korea
Judul : Industri Ayam Goreng di Korea Selatan

Industri ayam goreng merupakan salah satu industri terbesar di Korea Selatan, dengan jumlah outlet yang tersebar di seluruh Korea Selatan. Menu khas dari kedai ayam goreng korea adalah Ayam Goreng Berbumbu (*yangnyeom chikin*). Karya ini bertujuan untuk menjelaskan tentang ayam goreng berbumbu khas korea dan perkembangan bisnis waralaba ayam goreng di korea selatan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber online maupun offline. Resep ayam goreng berbumbu korea ditemukan oleh restoran ayam pelicana pada tahun 1982. Pada tahun 2019 sudah terdapat sebanyak 87.000 waralaba ayam goreng di seluruh korea dengan BHC sebagai waralaba terbesar. Di pasar global, Kyochon dan Bonchon sukses menarik pelanggan di Amerika dan Malaysia.

Kata Kunci : Industri Makanan, Waralaba Ayam Goreng Korea, *Yangnyeom Chikin*



ABSTRACT

Name : Devi Suryaningrum
Study Program : Bahasa Korea
Title : Friend Chicken Industry in South Korea

fried chicken industry is one of the largest industries in South Korea, it reached almost 90,000 stores across nation. The special menu of Korean fried chicken shops is Spicy Fried Chicken (*yangnyeom chikin*). This paper discussed the specialty of Korean spices fried chicken and the development of fried chicken business in South Korea. This paper used descriptive qualitative method by collecting data from various sources. Korean spiced fried chicken recipe discovered by Pelicana chicken restaurant in 1982. In 2019 there were already 87,000 fried chicken franchises throughout Korea, and BHC is the biggest friend chicken franchise in South Korea. While in global market, Kyochon and Bonchon succed entering America and Malaysia market.

Keywords : Food Industry, Korean Fried Chicken Franchise, *Yangnyeom Chikin*



Kata Pengantar

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Karya Tulis yang berjudul “Industri Ayam Goreng di Korea Selatan’ ini dibuat sebagai Tugas Akhir untuk syarat memperoleh derajat diploma 3 dalam Program Studi Bahasa Korea di Akademi Bahasa Asing Universitas Nasional, Jakarta.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini tentu berkat bantuan serta doa dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ungkapan rasa terima kasih kepada :

1. Ibu Dra Rurani Adinda, M.A selaku Direktur Akademi Bahasa Asing Nasional, Jakarta.
2. Bapak Zaini, S.Sos., M.A. selaku Wakil Direktur Akademi Bahasa Asing Nasional Jakarta.
3. Ibu Yayah Cheryah, S.E, M.A, selaku Dosen Pembimbing yang banyak membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Dosen-dosen dan Staf Prodi Bahasa Korea Abanas : Ibu Fitri Meutia, S.S., M.A., Bapak Fahdi Sachiya, S.S, M.A, Bapak Heri Suheri, S.S, M.M., Ibu Yayah Cheryah, S.E, M.A, Ibu Im Kyung Ae, Ibu Go Yu Gyeong dan

para staf administrasi program studi Bahasa Korea Akademi Bahasa Asing Universitas Nasional.

5. Orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, doa, nasihat, semangat, dan inspirasi untuk penulis.
6. Adik-adik penulis Ryan, Savira, dan Davin yang selalu menghibur penulis disaat penulis merasa sedih, stress
7. Sahabat-sahabat seperjuangan selama perkuliahan di UNAS *geng Ijo Istiqlal (Ikatan Jomblo Istiqomah Sampai Halal)*, Adinda Rizkita Nursakinah (Adindul), Jasmine Anatasya (KaCaca), Irmawati (Watay), Nadhifa Meidiana Cahyani (Mede) dan Sinalsali Karina Sinulingga (Binul) yang selalu setia menemani, mendukung, membantu, dan mendengarkan keluh kesah penulis selama kuliah dan selama menyusun karya tulis ini.
8. Sahabat-sahabat SMA tercinta; Anita Setyaningsih dan Retno Rahminigtyas yang masih setia menemani, mendukung, selalu membantu, mendengarkan keluh kesah penulis, mengingatkan penulis untuk menyelesaikan karya tulis ini.
9. Teman-teman twitter dan instagram yang tidak bisa disebutkan satu per satu, selalu mengirimkan pesan mendukung kepada penulis memberikan semangat untuk mengerjakan dan menyelesaikan karya tulis ini.
10. Untuk Youtube yang telah menayangkan program ProduceX 101, program yang penulis tonton di saat jenuh.
11. BTS, SEVENTEEN, MonstaX, X1 yang telah banyak menghibur penulis dengan musik musiknya disaat penulis jenuh, sedih dan stress.

Penulis menyadari bahwa karya tulis ini masih mempunyai banyak kekurangan sehingga jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis menerima masukan dan saran yang berguna untuk pengembangan dan penyempurnaan karya tulis ini selanjutnya. Penulis harap agar karya tulis akhir ini dapat memberikan manfaat untuk pembaca baik untuk bahan bacaan ataupun sebagai bahan referensi. Terutama bagi, mahasiswa Akademi Bahasa Asing Nasional Program Studi Bahasa Korea.



Jakarta, 2019

Devi Suryaningrum

Daftar Isi

Halaman Judul

Halaman Persetujuan

Halaman Pengesahan

Pernyataan Tugas

Akhir Abstrak iii

Kata Pengantar vi

Daftar Isi vii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Alasan Pemilihan Judul 3

1.3 Tujuan Penelitian 4

1.4 Batasan Masalah 4

1.5 Metode Penelitian 4

1.6 Sistematika Penulisan 4

BAB II. ISI

2.1 Awal Mula Ayam Goreng Korea; Ayam Goreng Korea (*Yangnyeom Chikin*)
..... 6

2.1.1 Industri Ayam Goreng di Korea 10

2.1.2	Resep Ayam Goreng Berbumbu (<i>Yangnyeom Chikin</i>)	14
2.2	Perkembangan Industri Ayam Goreng Korea	18
2.3	Konsumsi Ayam Masyarakat Korea Selatan	20
2.4	Waralaba Asing Ayam Goreng di Korea Selatan	23
2.5.1	Waralaba Lokal Ayam Goreng di Korea Selatan.....	24
2.5.1	Waralaba Lokal Ayam Goreng yang Menjadi Favorit Masyarakat Korea Selatan.....	25
2.5.2	Waralaba Ayam Goreng Korea yang Sudah Mempunyai Cabang Di Luar Negeri	30
BAB III. PENUTUP		
3.1	Kesimpulan dalam Bahasa Indonesia	34
3.2	Kesimpulan dalam Bahasa Korea	37
DAFTAR PUSTAKA.....		39
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		



DAFTAR GRAFIK.

1.1	Konsumsi Produk Ternak di Korea Selatan Tahun 2014-2018.....	2
-----	--	---



2.1	Petunjuk Memasak Ayam Goreng Berbumbu (<i>Yangnyeom Chikin</i>).....	15
2.2	Impor Ayam Potong Beku Tahun 2017-2018 (Januari-Juni).....	21
2.3	Peringkat Waralaba Ayam Goreng Terfavorit di Korea Selatan.....	24
2.4	Harga Menu Restoran Ayam Goreng Bonchon di Amerika.....	29
2.5	Daftar Harga Menu Restoran Ayam Kyochon di Los Angeles.....	31

DAFTAR GAMBAR

2.1	Ayam Original (<i>huraideu chikin</i>).....	9
2.2	Ayam Goreng Dengan Bumbu dan Topping Daun Bawang (<i>padak</i>).....	10
2.3	Ayam goreng dengan bumbu kecap asin (<i>ganjang chikin</i>).....	10
2.4	Ayam Goreng Berbumbu Pedas Manis (<i>Yangnyeom Chikin</i>).....	11
2.5	Ayam Goreng Dengan Bumbu Pedas (<i>angma chikin</i>).....	11
2.6	Ayam Goreng Dengan Bumbu Bawang Putih (<i>maneul chikin</i>).....	12
2.7	Ayam Goreng yang Disajikan Secara Utuh Tanpa di Potong Kecil (<i>Tongdak</i>).....	13
2.8	Ayam Goreng yang Disajikan di Satu Tempat Dengan Dua Varian (<i>banban</i>).....	13
2.9	Menu Ayam Goreng Berbumbu dari Waralaba Asing KFC	19
2.10	Ayam Goreng Dengan Rasa Saus Galbi KFC.....	23
2.11	Logo Waralaba BHC	25
2.12	Boneless Sprinkle Chicken (뿌링클).....	26
2.13	Chicken Soy Sauce Chicken (맛초킹).....	26
2.14	Logo restoran Bonchon	27
2.15	Restoran Bonchon yang Terdapat di Manhattan, New York	28
2.16	Ayam Goreng Original dan Berbumbu (<i>banban chikin</i>) Restoran Bonchon	30

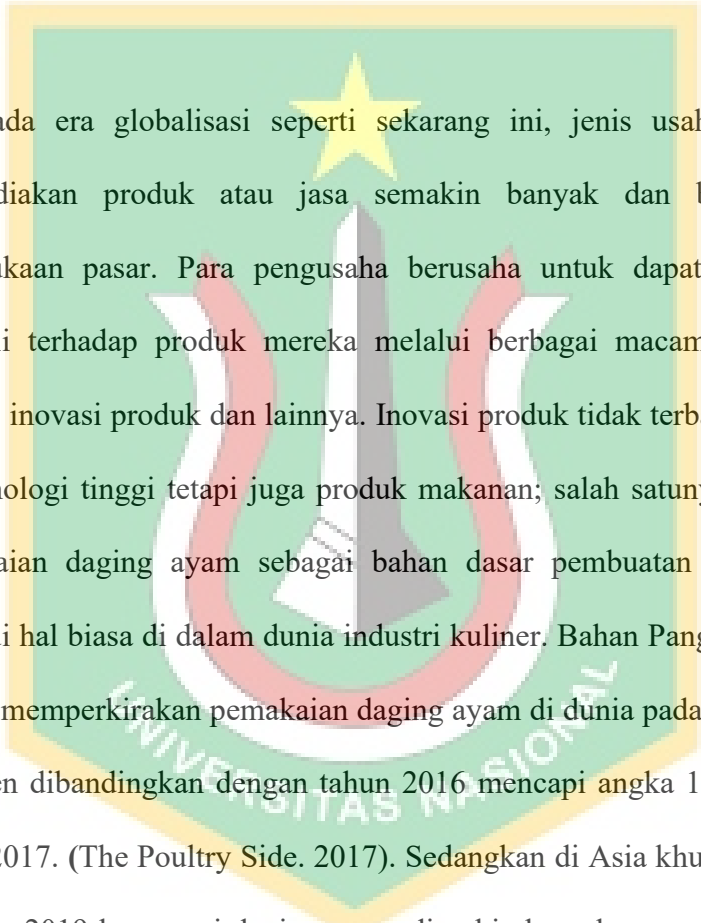
2.17	Logo Waralaba Kyochon	30
2.18	Ayam Goreng dengan Saus Madu (<i>Chicken Honey Sauce</i>	33
2.19	Ayam Goreng Original Khas Kyochon dan Ayam Goreng Berbumbu (<i>Yangnyeom Chikin</i>).....	33



BAB I

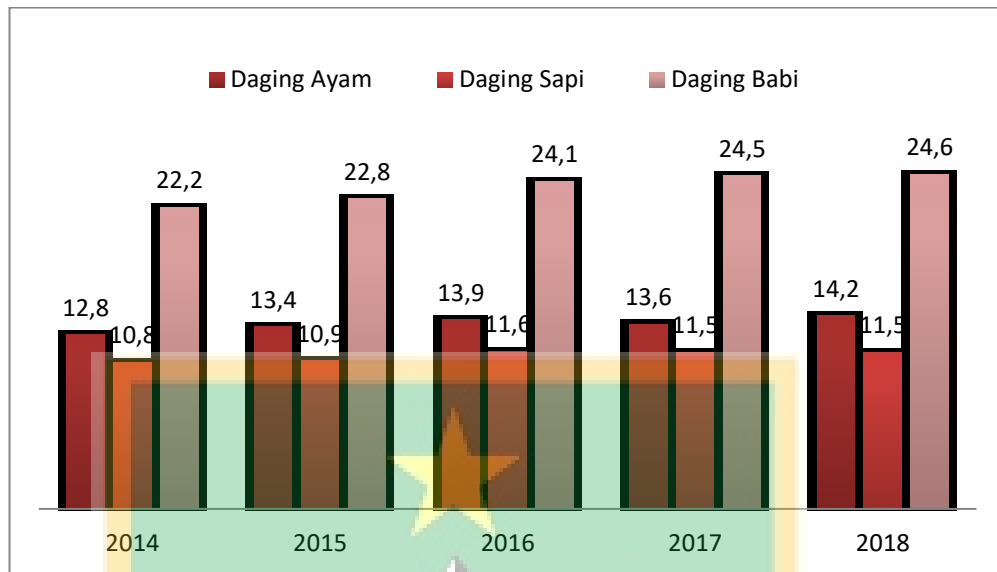
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang



Pada era globalisasi seperti sekarang ini, jenis usaha kuliner yang menyediakan produk atau jasa semakin banyak dan beragam karena keterbukaan pasar. Para pengusaha berusaha untuk dapat menarik minat pembeli terhadap produk mereka melalui berbagai macam cara; beriklan, diskon, inovasi produk dan lainnya. Inovasi produk tidak terbatas pada produk berteknologi tinggi tetapi juga produk makanan; salah satunya ayam goreng. Pemakaian daging ayam sebagai bahan dasar pembuatan makanan sudah menjadi hal biasa di dalam dunia industri kuliner. Bahan Pangan Internasional (FAO) memperkirakan pemakaian daging ayam di dunia pada tahun 2017 naik 1 persen dibandingkan dengan tahun 2016 mencapai angka 117 juta ton pada tahun 2017. (The Poultry Side. 2017). Sedangkan di Asia khususnya di China, di tahun 2019 konsumsi daging ayam diperkirakan akan meningkat sebanyak 3 persen menjadi 12 juta metrik ton dari tahun sebelumnya. (USDA. 2018)

Di Korea Selatan, industri kuliner dengan bahan dasar daging ayam cukup menjamur dan populer. Berikut merupakan grafik konsumsi daging ayam di Korea selatan dari 5 tahun terakhir:



Grafik 1.1 Konsumsi Produk Ternak di Korea Selatan Tahun 2014-2018
(dalam hitungan metrik ton)
Sumber : gain.fas.usda.gov

Pada grafik tersebut bisa dilihat data konsumsi daging ayam di Korea Selatan mengalami peningkatan di setiap tahunnya kecuali di tahun 2017 yang mengalami sedikit penurunan. Pada tahun 2014 konsumsi daging ayam di Korea menunjukkan angka 12,8 juta metrik ton, di tahun 2015 mengalami peningkatan yang signifikan mencapai angka 13,4 juta metrik ton, di tahun 2016 juga mengalami peningkatan menjadi 13,9 jutametrik ton. Sedangkan di tahun 2017 konsumsi daging ayam di Korea mengalami penurunan yang tidak begitu drastis, sebesar 13,6 jutametrik ton kemudian mengalami peningkatan yang sangat tinggi di tahun 2018 sebanyak 14,2 jutametrik ton konsumsi daging ayam di Korea Selatan.

Diperkirakan di Korea penggunaan daging ayam untuk bahan dasar makanan pada tahun 2019 akan meningkat 2.4 persen dari tahun 2018, industri

ayam goreng di Korea Selatan terus meingkat setiap tahunnya sebanyak 5 persen hal ini dikarenakan masyarakat Korea memiliki budaya *chimek*, yaitu kebiasaan masyarakat Korea saat menyantap hidangan ayam goreng dengan bir. Kebiasaan ini dimulai, sejak piala dunia Korea-Jepang yang diadakan pada tahun 2002 di Korea dan berampak signifikan terhadap industri ayam goreng di Korea Selatan hingga sekarang. Pada tahun 2015 waralaba ayam goreng lokal di Korea mencapai angka 1.395 (koreaherald.com.2015). Pada tahun 2017 terdapat 350 toko ayam goreng korea yang sudah tersebar di 30 negara termasuk China dan Amerika Serikat (cn.reuters.com. 2017).

Hidangan ayam goreng korea memiliki kekhasan yang berbeda dengan ayam goreng merek internasional. Ayam goreng korea memiliki bumbu khas dan dikenal dengan nama *Yangnyeom chikin* atau ayam berbumbu. Kesuksesan industri ayam goreng korea sebagai salah satu penggerak ekonomi di Korea lah yang menimbulkan ketertarikan penulis untuk membahasnya lebih dalam.

1.2 Alasan Penulisan

Yangnyeom chikin atau ayam berbumbu merupakan industri kuliner yang sangat populer di Korea. Ayam berbumbu ini memiliki kekhasan tersendiri yang cukup diminati bukan hanya oleh masyarakat Korea tetapi juga Internasional; ditandai dengan maraknya waralaba ayam goreng korea di negara lain. Oleh karena itu penulis akan membahas lebih dalam mengenai ayam berbumbu khas korea dan maraknya industri waralaba lokal ayam berbumbu.

1.3 Tujuan Penulisan

Penulis memilih tema ini karena ingin memaparkan informasi lebih lanjut mengenai perkembangan industri kuliner ayam goreng korea terutama *Yangnyeom chikin* (Ayam Goreng Berbumbu), keunikan serta perkembangannya hingga saat ini. Selain itu karya tulis akhir ini juga ditulis untuk memenuhi syarat kelulusan jenjang Pendidikan Diploma III Akademi Bahasa Asing Nasional Bahasa Korea.

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas maka penulis akan membahas tentang ayam goreng korea; *Yangnyeom Chikin* (ayam goreng berbumbu). Penulis hanya akan membahas sejarah singkat munculnya ayam goreng korea, industri ayam goreng korea, waralaba asing dan waralaba lokal yang ada di Korea Selatan

1.5 Metode Penulisan

Dalam penulisan karya tulis akhir ini, metode yang digunakan merupakan deskriptif kualitatif dengan pencarian data melalui sumber-sumber terkait, baik dari buku, jurnal ilmiah, berita dari media online maupun offline.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang penulis gunakan untuk menjelaskan topik ini di BAB berikutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Bab I : Pendahuluan

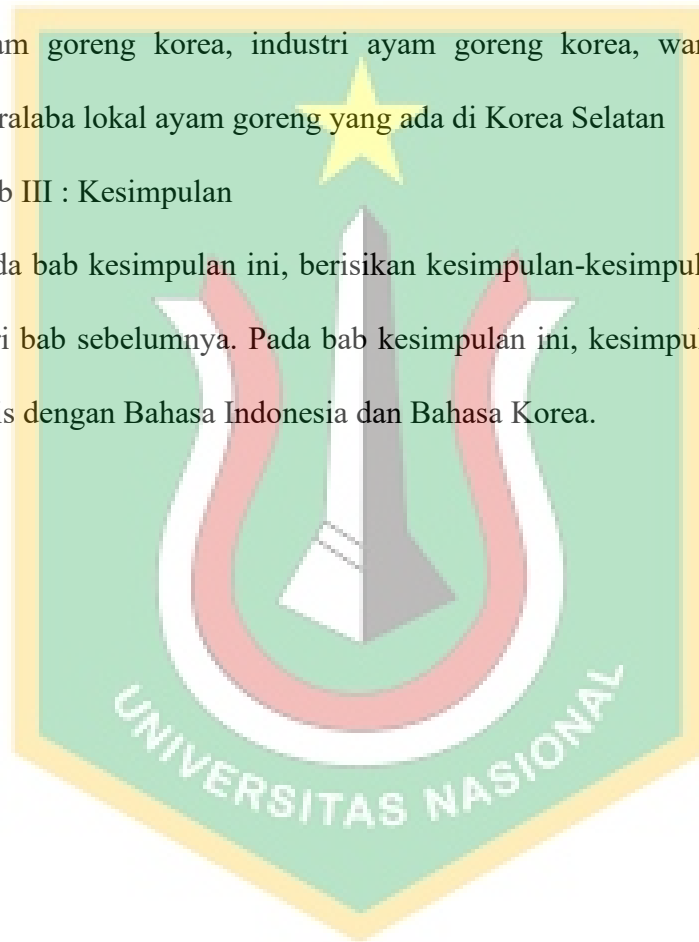
Pada bab ini, penulis menjelaskan tentang latar belakang, alasan pemilihan judul, tujuan penulisan, dan sistematika penulisan.

2. Bab II : Pembahasan

Bab ini berisikan penjelasan penulis tentang sejarah singkat munculnya ayam goreng korea, industri ayam goreng korea, waralaba asing dan waralaba lokal ayam goreng yang ada di Korea Selatan

3. Bab III : Kesimpulan

Pada bab kesimpulan ini, berisikan kesimpulan-kesimpulan yang di ambil dari bab sebelumnya. Pada bab kesimpulan ini, kesimpulan diharuskan di tulis dengan Bahasa Indonesia dan Bahasa Korea.



BAB II

PEMBAHASAN

2.1 Awal Mula Ayam Goreng Korea: *Yangnyeom Chikin* (Ayam Goreng Berbumbu)

Industri ayam goreng di Korea Selatan bermula pada saat krisis ekonomi yang melanda Korea Selatan di tahun 1997. Krisis ekonomi yang berawal di Thailand menyebar ke wilayah lain dan, mengakibatkan nilai mata uang di negara-negara Asia tenggara dan Asia Timur mengalami penurunan nilai mata uang tidak terkecuali Korea Selatan. Di Korea Selatan, situasi ini membuat banyak perusahaan kehilangan banyak investor asing, sehingga tingkat pengangguran meningkat tajam pada saat itu. Hingga akhirnya pada tahun 2000-an marak bermunculan industri rumahan atau usaha kecil menengah salah satunya kedai ayam goreng. Gelaran Piala Dunia 2002 membuat bisnis ini semakin menjamur dan sukses diterima oleh masyarakat Korea Selatan. Kuliner ayam goreng sudah mulai sejak tahun 1960-an; ayam yang dipanggang dengan oven listrik. Lalu pada tahun 1982 muncul menu ayam goreng baru dengan menggunakan bumbu manis pedas yang dipopulerkan oleh salah satu restoran ayam dan bir bernama Pelicana Chicken

Masyarakat tradisional Korea biasanya, menyajikan ayam dengan cara direbus bersama ketan, ginseng, dan kurma kering yang disebut dengan *samgyetang*, *samgyetang* merupakan makanan khas yang disajikan saat musim panas di Korea Selatan. perubahan pola memasak ayam ini dimulai pada tahun

1940, dengan cara digoreng. Pada masa perang Korea, konsep ayam goreng ini diperkenalkan para pasukan tentara Amerika Serikat yang di tempatkan di Korea Selatan. Semakin berjalannya waktu pada tahun 1960, ayam goreng mulai menjadi camilan yang populer di sekitaran daerah di Seoul tepatnya di Myeongdong Yeongyang Center.

Dengan mulai menyebarnya penjualan ayam goreng, mengakibatkan hidangan tradisional ayam; *samgyetang* mulai ditinggalkan, masuknya *KFC* (*Kentucky Fried Chicken*) dari Amerika Serikat pada tahun 1984 semakin menekan eksistensi *samgyetang*. Hidangan ayam goreng disukai oleh kalangan anak-anak terutama jenis ayam goreng yang digoreng dengan minyak banyak yang dilapisi oleh kulit tepung yang renyah, tetapi berbeda dengan selera orang tua yang tidak menyukai hidangan ayam yang digoreng karena sangat berminyak. Sebaliknya, orang tua lebih menyukai ayam goreng yang di beri bumbu manis pedas yang di sebut *yangnyeom chikin* (ayam goreng berbumbu).

Ayam goreng berbumbu (*yangnyeom chikin*) awal muncul pada tahun 1982 di salah satu restoran ayam di Daejeon, adalah *Yang Hee Kwon* pemilik restoran Ayam Pelicana di Daejeon yang melakukan modifikasi ayam goreng dengan dicelupkan ke dalam saus manis dan pedas yang dibuat dari *gochujang* (pasta cabai fermentasi). Awal mulanya Yang Hee Kwon membuat resep ini karena, ia melihat para pelanggannya yang kesulitan mengunyah ayam goreng biasa yang keras sehingga banyak pelanggannya yang mengeluh sakit dibagian langit-langit mulut dan tidak bisa menghabiskan ayam goreng tersebut. Melihat hal ini, Yang

Hee Kwon lalu mulai memodifikasi ayam goreng dengan saus pedas manis yang terbuat dari *gochujang* (pasta cabai fermentasi). Respon pelanggan terhadap inovasi ini cukup baik, hal ini dikarenakan masyarakat Korea sudah terbiasa dengan rasa *gochujang*. Munculnya nama Ayam goreng berbumbu (*yangnyeom chikin*) dari kreasi ini, namun anak-anak lebih menyukai ayam goreng original (*huraideu chikin*) dikarenakan rasanya lebih gurih dan tidak pedas. Seiring dengan berjalannya waktu, ayam goreng berbumbu ini semakin marak di toko-toko penjual ayam goreng di seluruh Korea Selatan.



2.1.1 Industri Ayam Goreng Korea

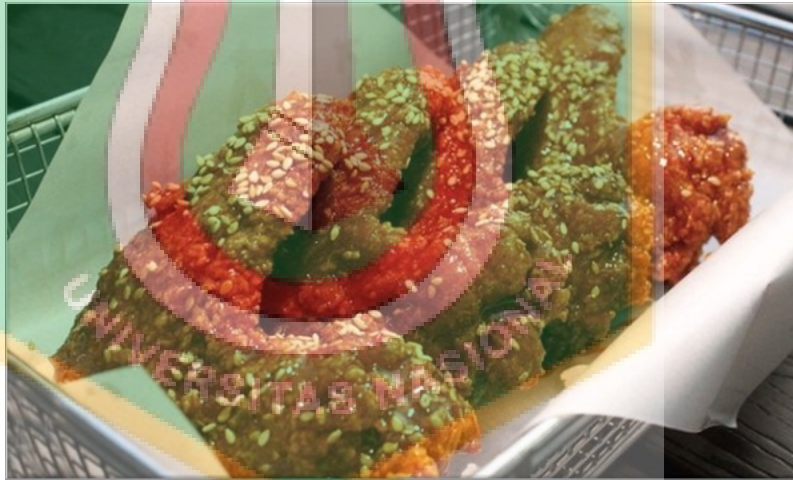
Korea Selatan, merupakan salah satu negara dengan konsumsi ayam goreng terbanyak di dunia. Menurut penelitian KB Financial Group Research Institute, Korea menduduki peringkat pertama dalam hal mengonsumsi ayam goreng. Industri kuliner ayam goreng cukup marak dan tersebar di segala penjuru Korea Selatan, mulai dari restoran-restoran besar yang sudah ternama hingga industri rumahan. Untuk industri ayam goreng sendiri, Korea memiliki 2 tipe jenis ayam goreng. Tipe pertama dibedakan melalui bumbu terdiri dari yaitu ayam goreng original (*huraideu chikin*), ayam goreng dengan topping bawang dan daun bawang (*padak*), ayam goreng dengan bumbu kecap asin (*ganjang chikin*), ayam goreng berbumbu pedas manis (*yangnyeom chikin*), ayam goreng dengan bumbu pedas (*angma chikin*), dan ayam goreng dengan bumbu bawang putih (*maneul chikin*).



Gambar 2.1 Ayam Original (*huraideu chikin*)
sumber: naver.net



Gambar 2.2 Ayam Goreng Dengan Bumbu dan Topping Daun Bawang (*padak*)
sumber: futuredish.com



Gambar 2.3 Ayam goreng dengan bumbu kecap asin (*ganjang chikin*)
sumber: grouponcdn.com



Gambar 2.4 Ayam Goreng Berbumbu Pedas Manis (*yangnyeom chikin*)
sumber:craftlog.com



Gambar 2.5 Ayam Goreng Dengan Bumbu Pedas (*angma chikin*)
sumber: inven.co.kr



Gambar 2.6 Ayam Goreng Dengan Bumbu Bawang Putih (*maneul chikin*)
sumber: never.net

Sedangkan untuk tipe yang kedua itu dibedakan berdasarkan cara penyajiannya, terdapat ayam goreng yang utuh saat disajikan (*tongdak*), dan setengah setengah (*banban*) istilah ini sering digunakan saat memesan ayam goreng biasa (*huraideu chikin*) dan ayam goreng berbumbu (*yangnyeom chikin*) dimana didalam satu box bungkus ayam goreng terdapat setengah ayam goreng biasa (*huraideu chikin*) dan setengah ayam goreng berbumbu (*yangnyeom chikin*).



Gambar 2.7 Ayam Goreng yang Disajikan Secara Utuh Tanpa di Potong Kecil
(*tongdak*)

sumber: shutterstock.com



Gambar 2.8 Ayam Goreng yang Disajikan di Satu Tempat Dengan Dua
Varian (*banban*)

sumber: instasaver.org

Yangnyeom chikin (ayam goreng berbumbu) merupakan ayam goreng khas Korea dimana ayam goreng yang renyah dilapisi dengan saus merah pedas kental khas Korea. Hidangan ini, sangat populer di rantai makanan cepat saji baik di Korea maupun di negara lain. Dilihat dari jenis jenis yang ada di pasaran ayam goreng korea ini, ayam goreng berbumbu (*yangnyeom chikin*) merupakan yang paling terkenal. Dengan adanya perkembangan Hallyu di berbagai negara, dimana

hidangan ini sering muncul di drama atau acara tv korea maka popularitas ayam goreng korea pun semakin kuat.

2.1.2 Resep Ayam Goreng Korea: *Yangnyeom Chikin* (Ayam Goreng Berbumbu)

Untuk lebih lanjut mengetahui tentang ayam goreng berbumbu (*yangnyeom chikin*) ini penulis mengambil resep ini. Berikut adalah resep dan cara memasak ayam goreng berbumbu

Bahan-bahan

Untuk ayam:

- 2 pon ayam sekitar satu kg ayam mentah
- 1 sendok teh garam
- ½ sendok teh lada hitam
- ½ sendok teh jahe parut
- ½ cangkir tepung kentang atau tepung jagung atau campuran kedua tepung ini
- 5-6 gelas minyak untuk menggoreng

Untuk saus:

- 2 sendok makan bawang putih parut
- 1 sendok makan bawang putih cincang
- 1 sendok teh jahe parut halus


- 1 sendok makan kecap asin
- 4 sendok makan anggur beras atau mirin
- 2 - 3 sendok makan saus pedas.
- 4 sendok makan saus sambal atau saus tomat.
- 2 sendok makan gochujang pasta cabai merah korea
- 2 sendok makan sirup jagung atau madu
- 1 sendok makan gula pasir atau lebih secukupnya
- 1/2 sendok teh madu dijon mustard
- 1 sendok teh minyak wijen

Untuk hiasan:

- 1/2 sendok teh biji wijen putih untuk taburan

Cara memasak:

Tabel 2.1 Cara Memasak Ayam Goreng Berbumbu (*yangnyeom chikin*)

Petunjuk	Gambar
1. Cuci ayam, dan tiriskan sampai bersih. Campur dengan garam, merica, dan jahe. Rendam selama 20 hingga 30 menit.	

2.	<p>Panaskan wajan di atas api kecil. Tambahkan 1 sendok makan minyak goreng dan bawang, bawang putih, dan jahe. Tumis sebentar hingga harum. Tambahkan semua bahan saus lainnya, dan aduk rata. Didihkan sampai sedikit mengental, sekitar 4 hingga 5 menit lalu matikan api.</p>	
3.	<p>Buang kelebihan air dari ayam yang diasinkan. Tambahkan tepung kentang (atau tepung jagung) ke ayam, dan aduk rata agar merata</p>	
4.	<p>Tambahkan minyak ke penggorengan, wajan, atau panci besar. Panaskan minyak hingga 320 ° F. Dengan menggunakan penjepit atau sumpit, masukkan ayam ke dalam minyak, satu demi satu. Goreng</p>	

<p>sebanyak 2 kali. Masak hingga agak keemasan, sekitar 5 hingga 7 menit, tergantung ukuran ayam. Tiriskan minyak menggunakan skimmer kawat atau sendok berlubang. Tiriskan di rak kawat atau saringan mesh besar yang diletakkan di atas mangkuk.</p>	
<p>5. Panaskan ulang minyak hingga 370 ° F. Tambahkan ayam dan goreng lagi, selama 2 hingga 3 menit, sampai berwarna cokelat keemasan. Tiriskan di rak kawat atau saringan mesh besar yang diletakkan di atas mangkuk</p>	
<p>6. Panaskan saus dengan api kecil. Tambahkan ayam yang sudah ditiriskan dari minyak, dan aduk sampai ayam rata dengan saus. Taburi dengan biji wijen untuk disajikan.</p>	

Sumber : koreanbabsang.com

2.2 Perkembangan Industri Kuliner Ayam Goreng Korea

Sejak 1982 bisnis ayam goreng sudah marak di Korea Selatan, karena krisis ekonomi tahun 1997 yang membuat banyak masyarakat Korea Selatan yang diPHK hingga membuka industri ayam goreng untuk menyambung hidup. Menurut data Fair Trade Commission (FTC) tentang restoran waralaba, pada tahun 2016 terdapat 106.890 restoran waralaba dan kedai kopi di Korea. Dari jumlah tersebut 24.453 adalah restoran ayam goreng, namun jumlah restoran yang buka dan gulung tikar berbanding lurus dimana setiap 11 toko baru akan ada delapan toko lain yang tutup setiap hari. Di kalangan pemain lokal, waralaba BBQ Chicken dari BBQ Group tahun 2016 pada merupakan restoran paling banyak dengan 1.381 di seluruh negeri, diikuti oleh Pelicana Chicken dengan 1.225 toko. Pada tahun 2017 penjualan waralaba ayam Korea Selatan yang berafiliasi dengan merek lokal terkenal mengalami kenaikan 1.439 toko dibandingkan dengan tahun 2016 yaitu 1.395 toko. Pada tahun 2019 jumlah waralaba di Korea Selatan sudah mencapai angka 87.000 waralaba, angka ini sudah mencakup waralaba rumahan maupun waralaba yang berafiliasi dengan waralaba lokal.

Jumlah ini belum termasuk dengan waralaba asing yang ada di Korea Selatan, pada tahun 2015 waralaba asing *KFC* memiliki sebanyak 165 toko yang beroperasi di seluruh Korea Selatan. *KFC* sendiri merupakan waralaba asing dari Amerika Serikat yang memiliki menu sangat berbeda dengan waralaba ayam goreng lokal lainnya, sehingga pada tahun 2000-an *KFC* di Korea ditutup karena mengalami kegagalan dalam penjualan karena mereka tidak memiliki menu ayam goreng berbumbu (*yangnyeom chikin*), hingga akhirnya buka kembali di tahun

2014 dengan menambahkan ayam goreng berbumbu (*yangnyeom chikin*) dalam menunya.



Gambar 2.9 Menu Ayam Goreng Berbumbu dari Waralaba Asing
KFC
sumber: www.KFCkorea.com

Di Korea Selatan sendiri *Kyochon* merupakan franchise terbesar, mencatat kenaikan pendapatan sebanyak 9,5 persen menjadi 318,8 won (US \$ 301 juta). Sedangkan untuk restoran *BHC* (**B**ig **H**it **C**hicken – **B**etter and **H**ealthier **C**hoice) juga mengalami kelonjakan 2,8 persen menjadi 239,1 miliar won, diikuti oleh BBQ pada 235,3 miliar won, naik 7,1 persen. Keuntungan operasional dari tiga waralaba ayam terbesar diperkirakan mencapai 6-9 persen dari penjualan. Pada akhir tahun 2017 terdapat jumlah toko yang berafiliasi dengan *Kyochon* naik menjadi 1.038 dari 1.017 dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Jumlah outlet afiliasi juga meningkat menjadi 1.439 dari 1.395 ditahun sebelumnya. Sedangkan untuk toko yang berafiliasi dengan BBQ mencapai 1.490.

2.3 Konsumsi Ayam Masyarakat Korea Selatan Terakhir

Melonjaknya industri ayam goreng di Korea Selatan ini membuat tingginya permintaan akan daging ayam di Korea Selatan. Pada tahun 2019, impor ayam Korea diproyeksikan meningkat menjadi 145.000 Metrik Ton (MT) dari 140.000 MT dibandingkan pada tahun 2018 karena terus meningkatnya permintaan untuk produk ayam olahan dan harga impor yang lebih murah dibandingkan dengan ayam domestik. Brasil mendominasi pasar ayam impor di Korea karena harga dan kualitas kompetitif, disusul dengan Thailand dengan produk ayam yang dipanaskan.

Pada tahun 2018, impor ayam melonjak 27,8 persen menjadi 80.821 MT selama enam bulan pertama, dibandingkan dengan 63.221 MT selama periode yang sama tahun 2017, terutama karena ekspektasi untuk peningkatan permintaan. Untuk kaki ayam beku, harga ayam dari Brasil turun 9,6 persen menjadi KRW 1.956 per Kilogram dari KRW 2.163 pada 2017 dan harga impor sayap ayam beku dari Denmark juga turun 4,6 persen menjadi KRW 2.568 tahun ini dari KRW 2.693 pada 2017. Namun, impor untuk paruh kedua 2018 akan lebih rendah daripada dalam enam bulan pertama karena perubahan nilai tukar dan penurunan harga ayam domestik karenameningkatnya pasokan ayam domestik.

Pada tahun 2018, impor ayam dari Amerika Serikat diperkirakan akan turun 19 persen menjadi sekitar 10.000 MT dari 12.368 MT pada tahun 2017 karena masalah SEM. Impor ayam dari Amerika Serikat selama enam bulan pertama tahun 2018 menurun menjadi 8.307 MT dari 9.559 MT dibandingkan dengan tahun 2017.

Berikut merupakan tabel impor ayam beku pada tahun 2017-2018(Januari-Juni);

Tabel 2.2 Impor Ayam Potong Beku

Negara	2017		2018 (Januari- Juni)	
	Jumlah Metrik Ton (MT)	Harga(US\$1,0 00)	Jumlah Metrik Ton (MT)	Harga (US\$1,000)
<Paha Ayam>				
U.S.	11,853	12,499	7,923	10,383
Brazil	84,607	165,730	51,151	92,994
Denmark	1,191	2,182	289	638
Thailand	358	1,121	425	939
Australia	308	790	96	240
Lainnya	276	506	139	162
Sub Total	98,593	182,828	60,023	105,356
<Sayap Ayam >				
U.S.	0	0	0	0
Brazil	257	623	292	682
Denmark	1,382	3,330	721	1,720
Thailand	1,345	3,852	819	2,359
Hungaria	0	0	40	105
Lainnya	279	670	292	681
Sub Total	3,006	7,852	1,872	4,865
<Dada Ayam>				
U.S.	0	0	0	0
Brazil	1,275	2,684	690	1,580
Thailand	61	152	34	94
Lainnya	0	3	0	0
Sub Total	1,336	2,839	724	1,674
<Total Berdasarkan Negara>				
U.S.	11,853	12,499	7,923	10,383
Brazil	86,139	169,037	52,133	95,256
Denmark	2,573	5,512	1,010	2,358
Thailand	1,764	5,125	1,278	3,392
Hungaria	0	0	40	105
Australia	308	790	96	240
Lainnya	298	556	139	161
Total	102,935	193,519	62,619	111,895

Sumber : Global Trade Atlas (GTA)

Meskipun ada skandal ayam tercemar di Brasil di tahun 2017, namun impor ayam Korea meningkat 2,8 persen menjadi 131.873 metrik ton dari 128.336 metrik ton dibandingkan dengan tahun 2016 karena dimulainya kembali impor ayam AS dan Thailand. Selain itu, berkurangnya pasokan ayam domestik yang disebabkan oleh wabah HPAI berkontribusi pada peningkatan impor ayam. Di antara total impor ayam, Korea mengimpor sebagian besar kaki ayam beku (77 persen, 98.593 metrik ton) dan produk ayam olahan (20 persen, 25.514 metrik ton) diikuti oleh sayap ayam beku (dua persen) dan daging dada (satu persen).

Sedangkan untuk ekspor ayam potong pada tahun 2019, ekspor ayam Korea diproyeksikan meningkat 3,6 persen menjadi 29.000 metrik ton dari 28.000 metrik ton pada 2018 karena popularitas ayam Korea yang terus meningkat di Vietnam, dan meningkatnya permintaan untuk produk ayam olahan sup ginseng ayam (*samgyetang*) di pasar Hong Kong, Jepang dan Cina.



2.4 Waralaba Asing Ayam Goreng di Korea Selatan

Sebagian besar gerai makanan cepat saji terkemuka telah di buka di Korea Selatan, salah satu yang terbesar dan paling terkenal adalah *KFC (Kentucky Fried Chicken)*. *KFC* pertama kali membuka tokonya di Korea pada tahun 1984. Tetapi *KFC* di Korea Selatan tidak mengalami kemajuan seperti di negara di Asia lainnya. Hal ini dikarenakan masyarakat lebih menyukai ayam goreng bumbu (*yangnyeom chikin*) daripada ayam goreng khas amerika yang disuguhkan *KFC*. Hingga akhirnya di tahun 2014 *KFC* kembali buka di Korea, dan mereka mulai mengembangkan menu lokal dengan menambahkan ayam bumbu bawang putih dan ayam goreng berbumbu (*yang yeom chikin*).



Gambar 2.10 Ayam Goreng Dengan Rasa Saus *Galbi KFC*

sumber; www.KFCkorea.com

Mereka juga mengembangkan menu baru dengan menggunakan saus galbi untuk ayamnya. Toko *KFC* saat ini sudah banyak tersebar di Korea, terdapat di Seoul, pulau Gyeonggi, Gwangju, Daegu, Busan, Jeollabok, dan pulau Jeju tersebar di 7 wilayah dan memiliki 211 toko yang beroperasi pada tahun 2016.

2.5 Waralaba Lokal Ayam Goreng di Korea Selatan

Melihat semakin banyaknya minat masyarakat Korea terhadap ayam goreng, ini menyebabkan semakin banyaknya waralaba ayam goreng di Korea Selatan. Banyak waralaba yang bersaing untuk meningkatkan potensi mereka di pasar kuliner ayam goreng. *Kyochon* dan *Bonchon* merupakan waralaba besar yang sudah menguasai pasaran ayam goreng baik di Korea maupun di negara lain.

Tabel 2.3 Peringkat Waralaba Ayam Goreng Terfavorit di Korea Selatan

Rank	Brand Name	Signature Menu	Price
1	<i>BBO</i>	Gold Olive Chicken	₩18,000
2	<i>BHC</i>	Prinkle	₩17,000
3	<i>Pericana</i>	Seasoned Chicken	₩17,000
4	<i>Nene Chicken</i>	Snowing Chicken	₩17,000
5	<i>Kyochon Chicken</i>	Original Soy	₩15,000

Sumber : www.creatrip.com

Jika *Kyochon* terkenal dengan ayam gorengnya yang dicampurkan dengan kecap asin dan bawang putih, maka *Goobne Chicken* membanggakan menu ayam panggang oven, sedangkan *Nene Chicken* mengembangkan menu ayam gorengnya dengan daun bawang. Menu menu tersebut merupakan menu andalan yang ditawarkan kedai kedai tersebut.

2.5.1 Waralaba Lokal Ayam Goreng yang Menjadi Favotit Masyarakat Korea Selatan

Salah satu waralaba tersebut adalah restoran ayam goreng *BHC* Chicken (**B**ig **H**it **C**hicken - **B**etter and **H**ealthier **C**hoice). Restoran ini menjadi restoran ayam goreng terfavorit masyarakat Korea Selatan, restoran ini memulai bisnisnya pada tahun 2004 dan pada 2012 *BHC* sudah memiliki 1000 cabang toko di Korea Selatan. selain membuka banyak cabang di Korea, *BHC* juga banyak mendapat penghargaan dari *Korea Management Association Consulting*. sebagai merek yang paling di rekomendasikan di sektor industri ayam goreng pada tahun 2016 lalu, memperpanjang peringkat teratas selama tiga tahun berturut-turut.



Gambar 2.11 Logo waralaba *BHC*
sumber; www.koreatimes.co.kr

Menu menu yang ditawarkan *BHC* Chicken juga beragam, menu yang terkenal dan menjadi favorit di Korea adalah menu Chicken Soy Sauce Chicken (맛초킹), dan Boneless Sprinkle Chicken (뿌링클) ditaburi bumbu rasa, keju,

bawang, dan bawang putih. Harga yang ditawarkan di restoran yang tersebar di Korea disekisaaran 17.000 *won* sampai dengan 19.000 *won*.



Gambar 2.12 Boneless Sprinkle Chicken (뿌링클)
sumber; www.BHC.co.kr

Gambar 2.13 Chicken Soy Sauce Chicken (까초킹)
sumber; www.BHC.co.kr

2.5.2 Waralaba Ayam Goreng Lokal yang Sudah Mempunyai Cabang di Luar Negeri

Fenomena Hallyu membawa pengaruh tersendiri dalam bisnis ayam goreng korea bukan hanya di tingkat lokal namun juga global. Banyak para pembisnis ayam goreng mulai bekerja sama dengan grup idol, aktor maupun aktris untuk mempromosikan produk mereka. Sebagai contoh *BHC* yang menjadikan aktris *Jeon Ji Hyun* untuk mempromosikan produk makanan mereka, lalu ada *Nene Chicken* yang mereklut grup idol *Seventeen* untuk mempromosikan menu menu mereka.

Bonchon adalah salah satu waralaba yang pertama kali melakukan ekspansi ke luar negeri di tahun 2006, dengan cabang pertamanya di Amerika Serikat, dan sekarang tokonya sudah ada di Singapura, Vietnam, dan Myanmar. *Kyochoon* pun mengikuti langkah yang sama dengan *Bonchon* dengan memasuki ke pasar Amerika Serikat di tahun yang sama. Lalu mereka juga mulai membuka juga cabang di Shanghai, China.



Gambar 2.14 Logo restoran *Bonchon*
Sumber; www.gotomalls.com

Menu andalan *Bonchon* adalah menu Ayam Goreng berbumbu (*yangnyeom chikin*), selain itu *Bonchon* juga menyajikan makanan khas Korea lainnya seperti *bibimbab* serta *japchae* dan *tteokbokki*. Dengan memanfaatkan media sosial seperti *Facebook* dalam beriklan dan bekerja sama dengan influencer untuk mempromosikan outletbarunya. *Bonchon* kini telah memiliki 90 restoran di seluruh Amerika mencakup Arizona, California, Colorado, Connecticut, Washington DC, Florida, Georgia, Hawaii, Illinois, Massachusetts, Maryland, Michigan, Minnesota, New Jersey, New Mexico, North Carolina, Nevada, New York, Ohio, Pennsylvania, Texas, Virginia, dan Washington.



Gambar 2.15 Restoran *Bonchon* yang Terdapat di Manhattan, New York

Sumber; www.gotomalls.com

Terdapat hanya 43% pelanggan di Amerika yang memesan ayam goreng berbumbu, sedangkan 60% nya memesan makanankhas Korea seperti *bibimbab* dan *bulgogi*, bisa dikatakan di Amerika Serikat minat masyarakatnya terhadap makanan khas Korea lebih besar. Sedangkan di benua Asia *Bonchon* telah

memiliki toko di Thailand, Filipina, Singapura, Kamboja, Kuwait, Myanmar, Vietnam, dan Indonesia. Untuk kisaran harga per menu yang ditawarkan restoran ini bisa dilihat dalam tabel berikut;

Tabel 2.4 Harga Menu Restoran Ayam Goreng *Bonchon* di Amerika

SOY GARLIC, SPICY OR HALF & HALF	
Wings (Small 10 Pc.)	\$13.95
Wings (Medium 20 Pc.)	\$24.95
Wings (Large 30 Pc.)	\$34.95
Strips (Small 10 Pc.)	\$13.95
Strips (Medium 20 Pc.)	\$24.95
Strips (Large 30 Pc.)	\$34.95
Drumsticks (Small 5 Pc.)	\$13.95
Drumsticks (Medium 10 Pc.)	\$24.95
Drumsticks (Large 15 Pc.)	\$34.95
Combo (6 Wings & 3 Drumsticks)	\$13.95
Combo (10 Wings & 5 Drumsticks)	\$24.95
Combo (15 Wings & 8 Drumsticks)	\$34.95

Sumber : www.toprestaurantprices.com



Gambar 2.16 Ayam Goreng Original dan Berbumbu (*banban chikin*)
Restoran *Bonchon*

Sumber; menuandprice.org

Selain *Bonchon*, waralaba lain yang sudah mempunyai cabang di luar negeri adalah *Kyochon*. *Kyochon* mulai didirikan pada tahun 1991 di Korea Selatan, dan memiliki kantor pusat di Osan, Gyeonggi-do. *Kyochon* merupakan salah satu restoran ayam goreng terbesar di Korea Selatan. *Kyochon* sendiri mulai memasuki pasar Amerika pada tahun 2006 dengan mendirikan toko di Los Angeles. Menu yang terkenal dari *Kyochon* adalah ayam goreng original *Kyochon* yang khas dengan bumbu kecap asin (*ganjang chikin*).

KyöChon 1991

Gambar 2.24 Logo Waralaba *Kyochon*

Sumber; www.gotomalls.com

Kyochon di Los Angeles juga menawarkan menu lainnya diantaranya menu ayam goreng berbumbu pedas (*chicken red paper*), dan ayam goreng dengan saus madu (*chicken honey sauce*). Di Amerika harga *Kyochon* lebih mahal dibandingkan dengan *Bonchon*. *Kyochon* menawarkan harga mulai dari \$11,99 untuk menu Red (Hot) Wing Combo terdapat 6 potong sayap ayam goreng, dapat dilihat dari tabel berikut;

Tabel 2.5 Daftar Harga Menu Restoran Ayam *Kyochon* di Los Angeles

No.	Menu	Harga
1	Honey Whole Chicken	\$22.99
2.	<i>Kyochon</i> Wings	\$13.99
3.	Honey Wings	\$12.99
4	Red(Hot) Wing Combo(6pcs)	\$11.99
5	Whole Chicken	\$21.99

Sumber: menupages.com

Sedangkan untuk restoran *Bonchon* mereka mematok harga \$13,95 untuk menu combo kecil ayam berbumbu dan dalam satu porsi itu terdapat 10 potong ayam goreng 6 potong sayap ayam dan 4 potong paha ayam goreng. Ini yang membuat restoran *Kyochon* tidak sebanyak *Bonchon* di Amerika. sebaliknya di

wilayah Asia seperti di China (Sanghai), Thailand, Pilipina, Malaysia, dan Indonesia *Kyochon* lebih menguasai pasar dibandingkan dengan *Bonchon*. Karena pada tahun 2014, produk *Kyochon* telah memperoleh sertifikat halal oleh IFANCA. Hal inilah yang mendukung *Kyochon* menguasai pasar Asia Tenggara khususnya Malaysia.





Gambar 2.25 Ayam Goreng dengan Saus Madu (*Chicken Honey Sauce*)

sumber; chinchaijiak.wordpress.com



Gambar 2.26 Ayam Goreng Original Khas *Kyochon* dan Ayam Goreng Berbumbu (*yangnyeom chikin*)

Sumber; chinchaijiak.wordpress.com

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan dalam Bahasa Indonesia

Korea Selatan adalah salah satu negara pengonsumsi ayam goreng terbanyak nomor satu di dunia. Brazil, Denmark dan Thailand adalah negara penekspor ayam terbesar ke Korea Selatan. Olahan ayam sudah dikenal sejak dahulu dengan hidangan; *samgyetang*, seiring perkembangan waktu olahan ayam goreng menjadi menu favorit masyarakat korea. Korea memiliki resep khusus ayam goreng khusus dengan menggunakan saus pasta cabai khas Korea (*gochujang*) yang dikenal dengan nama ayam goreng berbumbu (*yangnyeom chikin*).

Popularitas ayam goreng berbumbu (*yangnyeom chikin*) mengakibatkan maraknya kedai ayam goreng baik yang lokal maupun asing. Terdapat kurang lebih 87.000 outlet ayam goreng di seluruh korea selatan. Waralaba favorite warga korea selatan adalah BHC (**B**ig **H**it **C**hicken - **B**etter and **H**ealthier **C**hoice) dengan menu andalannya ayam goreng dengan bumbu keju dan bawang putih (*Boneless Sprinkle Chicken*). Waralaba ayam goreng korea pun sudah ada yang merambah pasar global; Bonchon dan Kyochon. Bonchon sukses dipasar Amerika, sedangkan Kyochon sukses di benua Asia. Tetapi sejak terjadinya krisis ekonomi di Korea pada tahun 1997lah yang membuat bisnis ini semakin meningkat karena banyak masyarakat Korea yang diPHK dan beralih profesi dengan membuka

bisnis ayam goreng. Menurut data FTC pada tahun 2016 sudah terdapat 24.453 waralaba ayam goreng di Korea Selatan, angka ini semakin melonjak sebanyak 87.000 pada tahun 2019 dimana sudah terdapat waralaba terkenal ataupun waralaba rumahan didalam angka tersebut.

Berkembangnya waralaba ayam goreng ini adalah karena menu inovasi dari Yang Hee Kwon pemilik restoran ayam goreng Pelicana Chicken di Daejeon yang bernama ayam goreng berbumbu (*yangnyeom chikin*). Dari restoran inilah menu ayam goreng berbumbu (*yangnyeom chikin*) ada hampir di setiap restoran ayam goreng. Semakin berjalannya waktu, dan makin maraknya waralaba ayam goreng di Korea, banyak juga berkembang varian menu baru yang ditawarkan seperti yaitu ayam goreng original (*huraideu chikin*), ayam goreng dengan topping bawang dan daun bawang (*padak*), ayam goreng dengan bumbu kecap asin (*ganjang chikin*), ayam goreng berbumbu pedas manis (*yangnyeom chikin*), ayam goreng dengan bumbu pedas (*angma chikin*), dan ayam goreng dengan bumbu bawang putih (*maneul chikin*). Diantara banyaknya waralaba ayam goreng di Korea, banyak masyarakat Korea yang menyukai waralaba BHC (**B**ig **H**it **C**hicken - **B**etter and **H**ealthier **C**hoice) karena salah satu menu andalannya yaitu ayam goreng dengan bumbu keju dan bawang putih (*Boneless Sprinkle Chicken*)

Waralaba Bonchon dan Kyochon merupakan salah satu waralaba yang sudah berjaya di luar negeri. Waralaba Bonchon dan Kyochon mulai memasuki pasar Amerika pada tahun 2006, Bonchon mendirikan cabang pertamanya di Manhattan, New York dengan menawarkan menu andalan ayam goreng berbumbu (*yangnyeom chikin*), selain itu juga menawarkan makanan khas Korea lainnya

seperti *bibimbab*, *japchae*, dan *tteokbokki*. Sedangkan Kyochon mendirikan cabang pertama di Los Angeles dengan menu andalan ayam goreng dengan bumbu kecap asin (*ganjang chikin*). Jika Bonchon lebih berjaya di Amerika, berbeda dengan Kyochon yang lebih berjaya di kawasan benua Asia, karena produk yang ditawarkan telah memperoleh sertifikat halal dari IFANCA. Hal inilah yang menjadikan Kyochon lebih menguasai pasar Asia Tenggara khususnya di Malaysia.



3.2 Kesimpulan dalam Bahasa Korea

한국은 세계에서 프라이드 치킨을 소비하는 가장 많은 국가 중 하나입니다. 브라질, 덴마크, 태국은 한국에서 가장 큰 닭고기 수출국입니다. 닭 요리는 오랫동안 그 요리로 유명합니다. 삼계탕은 닭고기 가공 시간의 발전으로 한국인이 좋아하는 메뉴가되었습니다. 한국은 양념 치킨 (양념 치킨)으로 알려진 한국 고추 소스 (고추장)를 사용하는 특별한 치킨 프라이 제조법을 가지고 있습니다.

양념 된 닭 튀김 (양념 치킨)의 인기는 현지와 외국 모두의 프라이드 치킨 상점의 등장으로 이어졌습니다. 한국에는 약 87,000 개의 튀김 닭고기 매장이 있습니다. 한국에서 가장 좋아하는 프랜차이즈는 치즈와 마늘 향신료 (뿌링클 치킨)가 들어간 프라이드 치킨의 메인 메뉴와 함께 BHC (빅 히트 치킨 - 더 좋고 건강한 선택)입니다. 한국의 프라이드 치킨 프랜차이즈는 이미 세계 시장에 진출했습니다. 본천과 교촌. 본천은 미국 시장에서 성공했지만 교촌은 아시아 대륙에서 성공했습니다. 그러나 1997 년 한국의 경제 위기 이후 많은 사람들이 해고되고 닭 튀김 사업을 시작하여 직업을 전환했기 때문에 이 사업이 증가했습니다. FTC 의 2016 년 자료에 따르면 한국에는 24,453 개의 프라이드 치킨 프랜차이즈가 있으며 2019 년에는 87,000 개가 넘는 프랜차이즈가 이미 등록되어 있습니다.

이 튀김 닭고기 프랜차이즈의 개발은 양념 된 닭 튀김 인 대전의 웰리컨 닭 튀김 치킨 레스토랑 주인 인 양희권의 혁신적인 메뉴 덕분입니다. 레스토랑에는 거의 모든 프라이드 치킨 레스토랑에서 제공되는 프라이드 치킨 메뉴가 있습니다. 후라이드 치킨, 파닭, 양념 치킨,간장 치킨 악마 닭고기, 마늘 치킨이 한국의 튀김 치킨 프랜차이즈의 인기가 시간이 지남에 따라 인기가 높아지고 있습니다. 한국의 많은 치킨 프랜차이즈 중 BHC 는 많은 한국인들은 주류 메뉴 중 하나가 치즈와 마늘 향신료가 들어간 프라이드 뿌링클 치킨이라고 말합니다

본천과 교촌 프랜차이즈는 이미 해외에서 승리 한 프랜차이즈 중 하나입니다. 본천과 교촌프랜차이즈는 2006 년 미국 시장에 진출하기 시작하여 뉴욕 맨해튼에 첫 번째 지사를 설립했는데 양념 된 닭고기의 양념 메뉴를 제공하면서 비빔밥, 잡채, 떡볶이 등 다른 한국 특선 요리를 제공합니다. . 교촌은 로스 앤젤레스의 첫 지점에 짠 간장 치킨이 달린 프라이드 치킨의 메인 메뉴를 설립했습니다. 본촌이 미국에서 더 성공적이라면 IFANCA 의 할랄 인증서를 얻은 제품이기 때문에 아시아 대륙에서 성공한 교촌과는 다릅니다. 이것이 바로 교촌을 동남아시아 시장, 특히 말레이시아에서보다 효과적으로 관리 할 수있게하는 이유입니다

Daftar Pustaka

Sumber Buku :

Blustein, Paul. 2001. *The Chastening: Inside the Crisis that Rocked the Global Financial System and Humble the IMF*. ISBN.

Deuk, Hong, Matt Rodbard. 2016. *Koreantown*. Clarkson Petter.

Noland,Markus, Li-Gang Liu, Sherman Robinson. 1998. *Global Economic Effects of the Asian Currency Devaluations*. Wasington DC: Institute of Internasional Economic.

Pettis, Michael. 2001. *The Volatility Machine: Emerging Economies and the Threat of Finansial Collapse*. Inggris: Oxford University Press.

Pempel, T.J. 1999. *The Politics of the Asian Economic Crisis*. New York: Cornell University Press.

Raco, J.R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Gramedia.

Robert, Darden. 2002. *Secret Resipe: Why KFC is Still Cookin' After 50 Years*. Inggris: Tapestry Pt



Sumber Daring :

Bonchon. *Bonchon Introduces New Sweet Crunch Sauce to its Famous Korean Fried Chicken Wings.*

<https://www.prnewswire.com/news-releases/bonchon-introduces-new-sweet-crunch-sauce-to-its-famous-korean-fried-chicken--wings-300827831.html>. Diakses 19 Juli 2019

Bonchon. *Franchising.*

<https://bonchon.com/franchising/> Diakses 19 Juli 2019

Bonchon. *Bonchon Our Story.*

<https://bonchon.com/our-story/> Diakses 19 Juli 2019

Cho Hye Su. *No. Of Fried Chicken Stores Dwindle at Faster Pace.*

<http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20190603000583> Diakses 19 Juli 2019

Choi He Suk. *Fried Chicken Franchises Failing with 8 Restaurant Closes a Day in 2016.*

<http://www.theinvestor.co.kr/view.php?ud=20170224000579> Diakses 05 Juli 2019

Fair Trade Commision. *Korea Fair Trade Commision Annual Report 2017.*

<http://eng.ftc.go.kr> Diakses 17 Juli 2019

Hazzan, Dave. *Behind Korea's Obsession with Fried Chicken and Beer.*

https://www.vibe.com/en_us/article/vvqjq4/behind-koreas-obsession-with-fried-chicken-and-beer Diakses 28 Mei 2019

Herald, Korea. *KFC Korea to Double Number of Branches.*

<http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20170811000710> Diakses 04 Juli 2019

Kang Ganhui, Lee Hana. *Can Global Fast Food Chains Survive In Korea.*

<http://korea.net/NewsFocus/Business/view?articleId=149153> Diakses 28 Mei 2019

Korean Bapsang. *Yangnyeom Chikin Korean Fried Chicken.*

<https://www.koreanbapsang.com/yangnyeom-chicken-korean-fried-chicken/> Diakses 04 Juli 2019

Kyochon. *Kyochon Menu.*

http://www.kyochonfnb.com/en/business/mc_menu.asp Diakses 19 Juli 2019

Linden, Jackie. *Global Poultry Trends 2013 Asia Consumer 40 Percent of Worlds Chicken.*

<https://thepoultrysite.com/articles/global-poultry-trends-2013-asia-consumes-40-per-cent-of-worlds-chicken> Diakses 30 Mei 2019

Lee Ji Yoon . *Korean Restaurant Chains Seek Success Abroad.*

<http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20110909000791> Diakses 05 Juli 2019

Mariana, Rachel. *Krisis Ekonomi Korea Selatan Tahun 1997.*

<https://id.scribd.com/document/331125375/KRISIS-EKONOMI-KOREA-SELATAN-TAHUN-1997-docx> Diakses 17 Juli 2019

Nam Hyun Woo. *Consumers Rate BHC Most Recommended Chicken Franchise.*

https://www.koreatimes.co.kr/www/tech/2019/03/694_261871.html 19 Juli 2019

Ock Hyun Ju. *History of Korean-style Fried Chicken.*

www.koreaherald.com/view.php?ud=2016527000733 Diakses 28 Mei 2019

Peterson, Cecilia. *Fork Life Korean Fried Chicken Transnational Comfort Food.*

<https://www.smithsonianmag.com/smithsonian-institution/forklife-korean-fried-chicken-transnational-comfort-food-180965128/> Diakses 28 Mei 2019

Park Hye Min, Kim Sang Min. *Chicken and beer: a deep-fried history.*

<http://koreajoongangdaily.joins.com/news/article/article.aspx?aid=2992824> Diakses 28 Mei 2019

Reuters. *South Korea's Fried Chicken Craze Sparks Battle for Market Share.*

<http://fortune.com/2016/10/17/korea-fried-chicken-production/> Diakses 28 Mei 2019

Verdonk, Ronald P. *Publications Poultry and Products Annual Seoul Korea Republic.*

https://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Poultry%20and%20Products%20Annual_Seoul_Korea%20-%20Republic%20of_9-4-2018.pdf Diakses 30 Mei 2019

Yonhap. *Chicken Franchise Sale Rise in 2017 Amid Struggling Affiliated outlets.*

<http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20180403000566> Diakses 05 Juli 2019

Zolman Kirk, Laura. *Bonchon Keeps its Flavors Adventurous.*

<https://www.qsr magazine.com/menu-innovations/bonchon>. Diakses 19 Juli 2019

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Devi Suryaningrum

Tempat & tanggal lahir : Purworejo 29 Agustus 1998

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

No. Telp : 087770585440

Alamat : Jl. Cakung Timur No.90 RT.10/RW.02, Cakung Timur, Cakung, Jakarta

Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 13910

Email : deviisuryaningrum29@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

2004 – 2010 : SD Negeri 07 Pagi Jakarta Timur

2010 – 2013 : SMP Negeri 262 Jakarta Timur-SMP Negeri 168 Jakarta Timur

2013 – 2016 : SMA Diponegoro 2 Jakarta Timur

2016 – 2019 : Program Studi Bahasa Korea, Akademi Bahasa Asing Nasional,

Universitas Nasional