Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
6 (1) 2026, Page: 3196-3201

Studi Deskriptif Korean Wave Terhadap Penguatan Ekonomi Kreatif Di Kota Serang

Yurista Bustomi[1], Aryanti Dwi Untari[2]
[1]Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Kota Serang, Banten, Indonesia
[2]Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Kota Serang, Banten, Indonesia

Corresponding Author: Yurista Bustomi, e-mail: 2286210061@untirta.ac.id[1], aryanti.dwi.@untirta.ac.id[2]

Published: January , 2026

ABSTRACT

This study aims to understand the development of the creative economy influenced by the Korean Wave in Serang City and to describe its impact on consumption patterns and production of local creative economy products. The research method used was qualitative with a descriptive approach. Data were collected through interviews, observation, and documentation. Data sources came from the Serang City Department of Tourism, Youth, and Sports (Disparpora), Korean-themed food businesses, and consumers. The results indicate that the Korean Wave has made a significant contribution to the development of the creative economy in Serang City, particularly in the culinary subsector. Entrepreneurs' creativity and innovation are evident in their ability to adapt authentic Korean dishes (such as tteokbokki, odeng, and kimbab) to local tastes and their use of social media as a promotional tool. In terms of consumption patterns, the Korean Wave has sparked public interest in trying culinary products featured in Korean dramas and on social media. In terms of production patterns, entrepreneurs employ flexible production strategies (constant, wave-like, and moderate) that are responsive to market demand and current viral trends. Furthermore, this phenomenon has also stimulated the local economic chain through the use of raw materials from local suppliers.

Keywords: *Creative Economy, Consumption Patterns, Korean Wave, Production Patterns, Serang City.*

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Semakin majunya teknologi maka semakin mudah untuk memahami keberagaman yang ada pada suatu negara, baik secara sosial maupun budaya. Masuknya proses globalisasi membawa dampak positif dan negatif, dimana masuknya budaya asing menjadi salah satu faktor pendorong berkembang dan berubahnya budaya asli di zaman modern. Sebagian besar negara di dunia, merasakan kehadiran budaya negara lain atau biasa disebut budaya asing di wilayahnya. Salah satunya adalah budaya Korea Selatan yang telah berkembang dan digandrungi oleh sejumlah remaja, budaya ini biasa disebut *Korean Wave* atau *Hallyu* dalam bahasa Korea adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan popularitas budaya Korea Selatan yang meluas ke berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia (Farrar, 2010). Beberapa tahun terakhir, *Korean Wave* atau gelombang Korea sedang *booming* di beberapa negara. Hal itu terjadi karena Korea Selatan terus melebarkan budaya-budayanya menghiasi kehidupan komunitas di seluruh dunia. Korea Selatan terus berkembang dan berinovasi untuk menghadirkan ragam produk yang berhasil mendominasi dan sukses di tingkat dunia.dalam dunia industri hiburan, tidak hanya di Asia Tenggara, *boyband/girlband* asal Korea telah mendominasi pasar Amerika dan Eropa (Pudjibudojo, 2022).

Menurut Shim Doobo dalam (Idola Perdini Putri, 2019) *hallyu* atau *Korean Wave* adalah istilah yang diberikan untuk budaya pop Korea Selatan yang tersebar secara global di berbagai negara di dunia, termasuk Indonesia. Selain itu, istilah *Korean Wave* sendiri diciptakan di China pada pertengahan 1999 oleh jurnalis Beijing yang terkejut oleh popularitas perkembangan pesat hiburan dan budaya

Korea di China. Dari sebuah budaya menjadi sebuah brand image, itulah *Korean Wave*. Sebuah kampanye yang sangat menarik melalui berbagai macam cara untuk mengenalkan Negara Korea Selatan (Kiki Zakiah, 2019). Fenomena ini mencakup berbagai aspek budaya seperti musik (*K-pop*), drama (*K-drama)*, film, fashion, dan kuliner. Di Indonesia, *Korean Wave* pertama kali mendapat perhatian besar pada awal 2000-an melalui drama televisi dan musik pop. Sejak saat itu, popularitasnya terus meningkat dengan pesat, didukung oleh media sosial dan platform streaming yang memudahkan akses ke konten Korea (Angeline, 2018).

Pada fenomena ini Indonesia menunjukan ketertarikan yang besar terhadap *Korean Wave*, yang membuat budaya ini diterima baik oleh masyarakat dunia terutama Indonesia. Menurut *Korea Foundation for International Cultural* (KOFICE) tahun 2021, Indonesia menjadi negara ke-4 tertinggi di dunia yang paling tertarik dengan *Korean Wave* (Henry, 2021). Berdasarkan hasil survei *Katadata Insight Center* (KIC) dan Zigi.id, 41,1% penggemar di Indonesia mengakses konten Korea Selatan rata-rata mencapai 1-3 jam perhari (Annur, 2022). Berdasarkan hasil survei melalui G-from yang dilakukan oleh Adinda dalam (Fortuna, 2021), fans *K-Pop* atau *K-Drama* juga tidak kenal usia. Dimana dari hasil survei tersebut usia rata-rata fans dimulai dari 12-26 tahun dengan usia terbanyak ada pada usia 18 tahun. Hal yang sering dilakukan oleh fans juga meliputi streaming musik di *sportify*, streaming MV idol mereka di *youtube*, download *K-Drama*, menonton live di instagram, v live, dan weverse, serta menonton variety show hanya untuk sekedar mencari info terbaru.

Salah satu sektor yang sangat berdampak dari fenomena *Korean Wave* ini adalah sektor ekonomi kreatif, ekonomi kreatif juga meliputi berbagai sektor seperti musik, film, seni rupa, desain, fashion, kuliner, periklanan, penerbitan, permainan digital, arsitektur, dan banyak lagi (Jewell, 2019). Potensi ekonomi kreatif Indonesia sangat besar, mengingat kekayaan budaya dan keragaman masyarakat yang dapat diolah menjadi produk kreatif. Selain itu, *Korean Wave* mendorong peningkatan minat dan produksi konten kreatif lokal yang terinspirasi oleh budaya Korea. pertumbuhan industri yang terpengaruh oleh *Korean Wave* berkontribusi pada peningkatan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja di sektor kreatif seperti sektor kuliner.

Di Indonesia juga terdapat beberapa makanan Korea yang sedang tren di kalangan anak muda dan dianggap memiliki potensi besar sebagai peluang bisnis. Makanan tersebut termasuk tteokbokki, kimchi, kimbab, dan bibimbap. Meningkatnya popularitas korean wave di Indonesia telah mendorong minat terhadap kuliner Korea, menjadikannya peluang bisnis yang menjanjikan terutama di sektor makanan dan minuman. Tren ini mencerminkan perubahan selera masyarakat dan potensi keuntungan besar bagi pengusaha yang ingin terjun ke bisnis kuliner Korea (TribunJakarta.com, 2023). Hal ini dapat dilakukan melalui penerapan *Civic Entrepreneur* agar seseorang dapat berdaya saing secara bersama dalam dunia ekonomi dan berwirausaha. Sebagaimana disampaikan oleh Lead Beater & Gross dalam (Andrian, 2021), bahwa *Civic Entrepreneur* membantu masyarakat berkolaborasi untuk mengembangkan dan mengatur aset ekonomi mereka dan untuk mebangun hubungan yang produktif dan tangguh di seluruh sektor publik, swasta, dan sipil.

Salah satu daerah yang juga memiliki potensi besar mengembangkan sektor ekonomi kreatif adalah Kota Serang yang merupakan bagian dari Provinsi Banten. Pada Festival Kreatif 2022 di Kota Serang yang bertujuan meningkatkan partisipasi pelaku ekonomi kreatif dan mempromosikan produk lokal. Acara ini juga mendukung pariwisata dengan melibatkan 42 tenant. Walikota Serang, mengaprsiasi festival ini sebagai langkah positif untuk perekonomian lokal dan berharap forum ekonomi kreatif dapat terus menggali potensi Kota Serang. Ekonomi kreatif diharapkan dapat menjadi kunci dalam kesejahteraan masyarakat dan pengenbangan pariwisata (Putra, 2022). Salah satu contoh pelaku ekonomi kreatif *Korean Wave* adalah pemilik Juragan Dakocchi Saiful asal Kota Serang, Banten. Saiful membuka usahanya sejak tahun 2022 sampai detik ini, dia melihat pasar *Korean Wave* yang terus berkembang dan sebagai peluang bisnis. Saiful juga meracik sendiri bahan-bahan sate khas Korea tersebut dengan tambahan beberapa saus spesial dan di bandrol dengan harga mulai dari Rp. 10.000-Rp. 25.000 saja (Redaksi, 2024).

Berdasarkan pemaparan diatas fenomena *Korean Wave* telah menjadi tren global yang memilki dampak yang signifikan di berbagai negara, termasuk Indonesia. Khususnya basis penggemar K-Pop yang besar dan aktif di Indonesia menjadi contoh konkret bagaimana budaya pop Korea dapat

mempengaruhi berbagai sektor, termasuk ekonomi kreatif. Maka dari itu, peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul Studi Deskriptif Korean Wave Terhadap Penguatan Ekonomi Kreatif di Kota Serang.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Creswell (Oktaviani, 2018), penelitian kualitatif merupakan proses penelitian yang dilakukan untuk mengekplorasi dan memahami masalah sosial atau kemanusiaan berdasarkan gambaran lengkap yang dibentuk ke dalam kata-kata dan disusun dalam sebuah latar ilmiah. Menurut Sugiyono dalam (Zulham, 2020), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *post positivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci.

Berdasarkan penjelasan di atas peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan pendekatan studi deskriptif karena memberikan kompleksitas dan keunikan dari fenomena yang diteliti dan memberikan wawasan yang lebih kaya dan bermakna. Dalam penelitian ini juga, terdapat narasumber kunci yaitu pelaku ekonomi kreatif makanan bertema *Korean Wave* dengan menggunakan metode wawancara tidak terstruktur. Melalui wawancara dengan pihak pelaku ekonomi kreatif makanan bertema *Korean Wave*, serta analisis dokumen terkait. Observasi lapangan juga dilakukan untuk memberikan gambaran nyata tentang bagaimana pengaruh *Korean Wave* terhadap ekonomi kreatif di Kota Serang. Maka dari itu, penelitian ini tidak hanya mengumpulkan data, tetapi juga untuk menggambarkan, menerangkan, menjelaskan, dan menjawab seacara lebih rinci permasalah yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Ekonomi Kreatif yang Dipengaruhi *Korean Wave* di Kota Serang

Fenomena *Korean Wave* memberikan kontribusi nyata teradap perkembangan ekonomi kreatif di Kota Serang, terutama pada subsektor kuliner. Temuan ini sejalan dengan teori ekonomi kreatif menurut (Purnomo, 2016) yang menegaskan bahwa terdapat 3 hal pokok dalam ekonomi kreatif yaitu kreativitas, inovasi, dan penemuan. Ketiga indokator tersebut muncul secara jelas dalam aktivitas pelaku usaha makanan bertema Korea di Kota Serang.

Pada kreativitas terlihat dari cara kedua pedagang *street food* selaku narasumber dalam memunculkan ide usaha, dimulai dari pengamatan tren dan peluang pasar *Korean Wave* yang pada saat itu sedang meningkat. Pedagang 1 memanfaatkan momentum demam Korea pada taun 2020 untuk membuka usaha Korean Street Food dengan menu *gimbap* dan *tteokbokki*, sementara pedagang 2 memulai usaha odeng pada taun 2024 setelag melihat kesempatan dari kebiasaan konsumen membeli odeng dan berkurangnya penjual produk tersebut. Kreativitas tersebut tidak hanya tercemin dari pemilihan menu, tetapi juga dari pencitraan kedai dan strategi pemasaran yang menyesuaikan selera konsumen Kota Serang.

Selain kreativitas, aspek inovasi juga muncul kuat dalam temuan penelitian. Sejalan dengan pemikiran (Purnomo, 2016) bahwa ekonomi kreatif mendorong penciptaan nilai tambah melalui pengembangan dan pembaruan, pelaku usaha *Korean Food* di Kota Serang melakukan inovasi secara dinamis berdasarkan masukan konsumen dan tren *Korean Wave* di media digital. Pedagang 1 menambahkan menu *rapokki* dan *jjajangmyeon* setelah konsumen mengusulkan makanan yang saat itu viral di drama Korea, serta mengatasi kendala pasokan *odeng* dengan mengganti sebagian bahan menggunakan *frozen food* seperti sosis, *fish roll*, dan *dumpling* tanpa mengilangkan ciri khas cita rasa Korea. hal yang sama juga ditemukan pada pedagang 2, yang memodifikassi kuah odeng menjadi lebih pedas dan menyajikannya dengan perasan jeruk nipis agar lebih cocok dengan lidah konsumen Indonesia. Modifikasi ini membuktika bahwa inovasi bukan hanya dilakukan untuk meniru makanan Korea secara otentik, tetapi untuk menciptakan cita rasa campuran yang dapat diterima pasar lokal.

Selanjutnya yang terakhir yaitu penemuan, *Korean Wave* memunculkan peluang pasar baru bagi pelaku ekonomi kreatif. Ketika pedagang 1 membuka usaha pada tahun 2020, jumlah penjual kuliner

Korea di Kota Serang masih sangat sedikit, sehingga konsumen yang terpapar *Korean Wave* melalui media sosial merasa penasaran dan membeli produk tersebut. Hingga akhirnya, tren ini mendorong semakin banyak pelaku usaha untuk membuka kedai makanan Korea setelah permintaan meningkat pada tahun-tahun berikutnya. Meskipun data spesifik pelaku usaha makanan bertema Korea belum tercatat secara rinci oleh Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Kota Serang (DISPARPORA), pernyataan dari informan pemerintah mengindikasikan bahwa kuliner merupakan salah satu subsektor ekonomi kreatif yang paling dominan saat ini. Hal ini membuktikan bahwa *Korean Wave* telah memberikan dorongan budaya sekaligus ekonomi yang memunculkan usaha baru, memperluas variasi produk, dan meningkatkan kompetisi sehat antar pelaku usaha.

Hasil penelitian menunjukan bahwa fenomena *Korean Wave* telah membuat ketiga pokok utama ekonomi kratif, kreativitas, inovasi , dan penemuan, berperan langsung terhadap pertumbuhan subsektor kuliner di Kota Serang. Dengan demikian, perkembangan ekonomi kreatif di Kota Serang bukan sekedar mengikuti tren budaya Korea secara pasif, tetapi membuktikan kemampuan pelaku usaha untuk mengubah fenomena budaya global menjadi peluang ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Dampak *Korean Wave* yang Mempengaruhi Pola Konsumsi dan Produksi Produk Ekonomi Kreatif Lokal di Kota Serang

Dampak *Korean Wave* terhadap pola konsumsi masyarakat Kota Serang terlihat jelas melalui cara konsumen memilih, membeli, dan menikmati makanan bertema Korea. berdasarkan temuan wawancara, konsumen mengkonsumsi makanan Korea seperti *gimbap*, *odeng*, *tteokbokki*, *ramyeon*, dan *jjajangmyeon* dengan frekuensi 1 sampai 3 kali per bulan. Temuan ini seajalan dengan definisi pola konsumsi menurut Baliawati et al., dalam (Anggareni, 2018), yang mencakup jenis, jumlah, dan frekuensi konsumsi. Jenis makanan Korea yang dikonsumsi oleh informan sudah beragam, namun frekuensinya masih tergolong rendah sehingga menjadikan makanan Korea sebagai cemilan atau selingan, bukan pengganti makanan pokok sehari-hari. Konsumen juga membeli makanan Korea bukan hanya karena rasa, tetapi karena faktor tren media sosial, rekomendasi *influencer*, dan *scene* makan dalam drama Korea, sehingga *Korean Wave* menciptakan pola konsumsi berbasis pengalaman dan identitas budaya. Artinya, keputusan konsumsi tidak hanya dipengaruhi aspek kebutuhan biologis, tetapi juga preferensi emosional dan sosial.

Selain berdampak pada pola konsumsi, *Korean Wave* juga berdampak pada pola produksi pelaku ekonomi kreatif di Kota Serang. Berdasarkan teori pola produksi yang dikemukakan oleh Zulian Yamit dalam (Miger Nomeni, 2021), pelaku usaha memiliki tiga pilihan strategi produksi yaitu pola produksi konstan, pola produksi bergelombang, dan pola produksi moderent. Ketiga pola produksi tersebut muncul dalam praktik produksi pelaku usaha kuliner Korea.

Pertama, pola produksi konstan tampak pada kegiatan produksi bahan tertentu seperti kuah odeng dan menu inti yang diproduksi secara berkala sesuai kebutuhan agar tidak mengganggu kualitas rasa. Kedua, pola produksi bergelombang muncul ketika pelaku usaha menambah jumlah produksi pada momen tertentu, misalnya saat ada drama Korea viral atau evemt bernuansan Korea yang memuci lonjakan permintaan konsumen. Ketiga, pola moderent terliat melalui upaya pelaku usaha menjaga stabilitas produksi melalui penyesuaian stok, strategi open PO, inovasi menu baru saat penjualan menurun, serta penggunaan sosial media untuk menjaga keterlibatan konsumen. Dengan demikian, pola produkai pelaku usaha terbukti bersifat mudah menyesuaikan dan mengikuti dinamika permintaan masyarakat yang sebagian besar dipengaruhi ole tren *Korean Wave* di media sosial.

Selain itu, dampak *Korean Wave* terhadap produksi juga terliat dari perubahan sitem lingkungan ekonomi yang melibatkan pemasok bahan baku lokal. Meskipun produk yang dijual bertema Korea, penyediaan kebutuhan seperti sayur, beras, daging, dan *frozen food* berasal dari pemasok di Kota Serang. Yang berarti *Korean Wave* tidak hanya meningkatkan penjualan kedai makanan Korea, tetapi juga menggerakan rantai ekonomi lokal dari hulu ke hilir. Upaya pemerintah melalui Disparpora dalam memberikan pelatihan ekonomi kreatif, seperti Bimtek Hak Kekayaan Intelektual dan pelatihan keterampilan kreatif lainnya, turut memperkuat keberlanjutan usaha pelaku UMKM di tengah tren budaya populer yang aktif.

Berdasasrkan keselurhan temuan, dapat disimpulkan bahwa *Korean Wave* telah membentuk dua dampak ekonomi sekaligus, yaitu mengarahkan konsumen pada pola konsumsi berbasis tren dan

pengalaman budaya dan mendorong pelaku usaha untuk menerapkan strategi produksi yang fleksibel, inovatif, dan responsif terhadap permintaan pasar. Oleh karena itu, fenomena *Korean Wave* di Kota Serang bukan hanya berdampak pada gaya hidup, tetapi telah menjadi pendorong produktivitas sektor ekonomi kreatif lokal.

KESIMPULAN

Fenomena *Korean Wave* memberikan kontribusi berarti terhadap perkembangan ekonomi kreatif di Kota Serang, khususnya pada subsektor kuliner, dengan mendorong munculnya berbagai usaha inovasi yang mamapu beradaptasi melalui penyesuaian ras dan strategi pasar. Tren ini tidak hanya mengubah pola konsumsi masyarakat yang kini dipengaruhi oleh media sosial dan budaya pop Korea tetapi juga menguba pola produksi pelaku usaa dalam mengelola stok, inovasi menu, dan sistem pemasaran. Sebagai penggerak budaya yang kuat, *Korean Wave* berhasil menciptakan peluang ekonomi baru sekaligus menuntut para pelaku kreatif untuk terus berinovasi agar tetap relevan di tengah dinamikan perubahan tren global yang cepat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Selama penelitian ini peneliti mendapatkan bantuan dari pihak yang telah mendukung dan membimbing peneliti. Dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bimbingan dari awal belajar hingga selesainya penelitian ini.

REFERENSI

Andrian. (2021). DESKRIPTIF PENGEMBANGAN KARAKTER MELALUI CIVIC ENTREPRENEURSHIP (STUDI KASUS PADA DESA HAURWANGI KABUPATEN CIANJUR). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 716.

Angeline, N. (2018, Desember 4). *Melesatnya Perkembangan Budaya Korea di Indonesia*. Retrieved from Kompasiana: https://www.kompasiana.com (diakses 24 Mei 2024)

Anggareni, L. A. (2018). *Hubungan Pola Konsumsi Fast Food dengan Status Gizi Remaja di SMA Negeri 5 Denpasar*. Denpasar: Politeknik Kesehatan Kemenkes Denpasar.

Annur, C. M. (2022, Juli 25). *KIC: Mayoritas Indonesia Dengarkan Musik dan Tonton Drama Korea hingga 3 Jam Per Hari*. Retrieved from Databoks: https://databoks.katadata.co.id (diakses 25 Mei 2024)

Farrar, L. (2010, Desember 31). *Gelombang Korea Budaya Pop Melanda Asia*. Retrieved from CNN: https://edition.cnn.com/2010/WORD/asiacf/12/31/korea.entertaiment/index.html?iref=NS1 (diakses 24 Mei 2024)

Fortuna, A. C. (2021, Januari 12). *Pengaruh Korean Wave yang Harus Kamu Tahu*. Retrieved from Konpasiana: https://www.kompasiana.com (diakses 4 Juni 2024)

Henry. (2021, Oktober 8). *Indonesia Tempati Urutan ke-4 Penggemar Korean Wave Terbesar di Dunia*. Retrieved from Liputan 6: https://www.liputan6.com (diakses 25 mei 2024)

Idola Perdini Putri, F. D. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *Jurnal Universitas Padjajaran*, 69.

Jewell, C. (2019, Oktober 5). *Memanfaatkan ekonomi kreatif Indonesia*. Retrieved from WIPO MAGAZINE: https://www-wipo-int.translate.goog (diakses 4 Juni 2024)

Kiki Zakiah, D. W. (2019). Menajdi Korean Di Indonesia: Mekanisme Perubahan Budaya Indonesia - Korea. *Media Tor*, 93.

Miger Nomeni, C. C. (2021). Analisis Penentuan Pola Produksi untuk Meminimalisasi Biaya Tambahan (Studi Kasus pada Batako Jalan Baru). *Journal of Management*, 105-116.

Oktaviani, R. (2018). *Stres dan Coping pada Ibu yang Memiliki Anak Disleksia, Skripsi.* Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata.

Pudjibudojo, C. V. (2022). Korean Wave ; Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia. *Jurnal Diversita*, 206.

Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif : Pilar Pembangunan Indonesia.* Surakarta: Ziyad Visi Media.

Putra, R. D. (2022, November 23). *Ekonomi KreatifBangkitkan Perekonomian dan Pariwisata Kota Serang*. Retrieved from SERANG KOTA: https://serangkota.go.id

Redaksi. (2024, Januari 17). *Dakocchi Makanan Khas Korea Hadir di Kota Serang*. Retrieved from BANTENTV.COM: https://bantentv.com

TribunJakarta.com. (2023, November 30). *Lagi Tren di Kalangan Anak Muda, 4 Makanan Khas Korea Ini Bisa Jadi Peluan Bisnis yang Menjanjikan*. Retrieved from TribunJakarta.com: https://jakarta.tribunnews.com

Zulham, M. (2020). *Analisis Biaya Oprasional Atas Konsumsi Bahan Bakar Alat Berat Berdasarkan Volume Muatan, Skripsi*. Jakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.