

PEMBANGUNAN EKONOMI KREATIF MELALUI PENGEMBANGAN BISNIS KOREAN BENTO CAKE

**Shyavira Putri¹, Mega Triutami Sundari², Christine Nathalie³,
Dewi Rahmawati Gustini⁴.**

^{1,2,3)} *Mahasiswa Ilmu Hukum Program Sarjana Universitas Pasundan*

⁴⁾ *Staff Pengajar Ilmu Hukum Ekonomi Universitas Pasundan*

shyavira.pratama@gmail.com, megaaaats23@gmail.com, christinebulan86@gmail.com,
dewi.gustini@unpas.ac.id.

Abstrak

Perkembangan bisnis korea bento cake di Indonesia merupakan suatu tren centre yang dialami di masyarakat khususnya di Kota Bandung. Banyak pelaku usaha yang kemudian mulai mencoba peruntungan bisnis pada korea bento cake dan tidak sedikit konsumen atau masyarakat yang kemudian tertarik untuk menikmatinya. Hal tersebut kemudian peneliti teliti dengan menggunakan metode yuridis empiris dengan pendekatan sosiologis antropologi serta dengan mengambil data melalui wawancara dan kuisioner kepada 3 pelaku usaha korea bento cake dan kepada 50 orang konsumen di Kota Bandung. Hasil menunjukkan bahwa bisnis korea bento cake dapat dijadikan sebagai salah satu instrumen awal dalam meningkatkan pendapatan daerah dan juga negara karena besaran pajak pelaku usaha yang kemudian dibayarkan oleh pelaku usaha memberikan dampak yang cukup signifikan. Bukan hanya itu saja, sikap pelaku usaha yang kemudian konsisten dalam memperkuat dan membesarkan bisnis korea bento cake perlu menjadi suatu contoh karena mulai dari booming tren korea bento cake hingga saat ini pesanan tidak pernah berhenti sebagaimana yang disampaikan oleh seluruh pelaku usaha yang dilakukan wawancara. Sedangkan konsumen menyatakan bahwa harga yang cenderung murah dan fleksibel dibawa, dan rasa yang tidak beda jauh dengan kue ulang tahun menyebabkan mereka cenderung memilih memesan korea bento cake dibandingkan kue ulang tahun pada umumnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa bisnis korea bento cake memiliki suatu peluang baik untuk terus berkembang oleh UMKM dan pemula bisnis serta hal tersebut yang kemudian menyebabkan adanya suatu penguatan dan peningkatan terhadap sektor perekonomian daerah dan negara.

Kata Kunci: Usaha Mikro, Kecil, Menengah, Usaha Kreatif, Korea Bento Cake

Abstract

The development of the Korean bento cake business in Indonesia is a trend center experienced in society, especially in the city of Bandung. Many business people then started trying their luck in Korean bento cake business and not a few consumers or the public were interested in enjoying it. The researchers then examined this by using empirical juridical methods with an anthropological sociological approach and by collecting data through

interviews and questionnaires to 3 Korean bento cake business actors and to 50 consumers in the city of Bandung. The results show that the Korean bento cake business can be used as one of the initial instruments in increasing regional and state revenues because the amount of business actor's tax which is then paid by the business actor has a significant impact. Not only that, the attitude of business actors who are then consistent in strengthening and growing the Korean bento cake business needs to be an example because starting from the booming Korean bento cake trend until now orders have never stopped as conveyed by all business actors who were interviewed. Whereas consumers stated that prices tended to be cheap, flexible to carry, and tastes that were not much different from birthday cakes caused them to tend to order Korean bento cakes compared to birthday cakes in general. So it can be concluded that the Korean bento cake business has a good opportunity to continue to grow by MSMEs and business beginners and this will then lead to a strengthening and improvement of the regional and national economic sectors.

Keywords: Small and Medium Enterprise, Creative Business, Korean Bento Cake

PENDAHULUAN

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Pada bagian konsideran Undang-Undang tentang UMKM dijelaskan bahwa:¹ (a) masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 harus diwujudkan melalui pembangunan perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi, (b) sesuai dengan amanat Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVI/MPRRI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, UMKM perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang berkembang dan berkeadilan, (c) pemberdayaan UMKM sebagaimana dimaksud dalam huruf b perlu diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui perkembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas-luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi UMKM dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan.²

UMKM terkadang masih dianggap sebelah mata dalam menunjang perekonomian negara, padahal UMKM memiliki potensi yang luar biasa dalam mengembangkan

¹ Wuri Sumampouw, Kana Kurnia, Imam Ridho Arrobi, *Perlindungan Hukum Terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pasca Berlakunya Undang-Undang Cipta Kerja*, Jurnal Dde Jure, Volume 13, Nomor 1, 2021, hlm. 26.

² Suhardi, *Hukum Koperasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia*, (Jakarta: Akademika, 2012), hlm. 14.

perkembangan perekonomian negara. Bahwa dalam pelaksanaannya UMKM turut perlu mendapatkan perlindungan dan juga mendapatkan bantuan dari segi hukum, baik itu pendaftaran usaha, hak kekayaan intelektual, keberlangsungan usaha, dan juga hal-hal lainnya berkaitan dengan pelaksanaan hukum dan keberlangsungan legalitas usaha dalam menjalankan kegiatan usaha. Terkadang banyak pihak dari UMKM yang tidak mendapatkan bantuan dan juga harga yang terjangkau dalam mengurus kegiatan usahanya, yang mana hal tersebut turut menghambat pelaksanaan UMKM dalam mengembangkan usaha dan bisnisnya. Hal tersebut yang menjadi dasar saya ingin mengembangkan usaha untuk berfokus pada peningkatan UMKM dalam hal segi hukum dan juga pengaturan hukum di dalamnya.³

Bisnis UMKM menjadi suatu tren centre karena pemikiran dan ide-ide kreatif yang hadir di tengah masyarakat mewarnai dan terus berkembang. Hal tersebut yang kemudian membuat hadirnya suatu bisnis pembuatan suatu kue dengan model *korea bento cake*. *Korea Bento Cake* merupakan kue dalam bentuk kecil tetapi menyerupai kue ulang tahun. Kehadiran *korea bento cake* di tengah masyarakat khususnya anak muda menjadi suatu peluang bisnis dan ide kreatif yang dapat dikembangkan di masyarakat oleh anak muda. Sama halnya di Kota Bandung, banyak pelaku usaha yang kemudian juga mengikuti tren pembuatan usaha *korea bento cake*. Hadirnya pelaku usaha dalam menjual kue *korea bento cake* tentunya didukung dengan konsumen yang memiliki minat dan daya tarik yang tinggi atas *korea bento cake*. Hal tersebut merupakan bagian dari hukum ekonomi yang menjelaskan adanya teori permintaan dan penawaran antara pelaku usaha dan konsumen.⁴

Perkembangan bisnis *korea bento cake* kemudian menjadi suatu ketertarikan sendiri untuk kemudian diteliti dan dianalisis apakah dalam perkembangannya pelaku usaha tersebut dapat mempertahankan tren dan juga permintaan konsumen atas *korea bento cake* khususnya yang terjadi di Kota Bandung. Bukan hanya itu saja Penulis dalam hal ini juga tertarik untuk melihat dan menilai sikap pelaku usaha untuk bertahan dalam bisnis *korea bento cake* dan ketertarikan konsumen terhadap produk *korea bento cake* di Kota Bandung. Oleh karena itu Penulis menggunakan sebuah judul **Pembangunan Ekonomi Kreatif Melalui Pengembangan Bisnis Korean Bento Cake**.

³ Ni Made Sri Wahyuni Trisna dan Farriz Fardani Zulkifli, *Bisnis Kreatif di Era Digital Dengan Mengangkat Kearifan Lokal*, Jurnal Da Moda, Volume 2, Nomor 2, 2021, hlm. 45.

⁴ Tatiek Koeniawati Andjani, *Teori Permintaan Suplemen Modul Ekonomi Mikro*, diakses melalui <http://tatiek.lecture.ub.ac.id/files/2010/06/suplemen-modul-perilaku-konsumsi-mikro-ekonomi.pdf>,

METODE PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang dan tujuan penelitian yang telah diuraikan, maka penelitian difokuskan pada pengkajian bahan-bahan terutama mengenai pengembangan ekonomi kreatif pada masyarakat rumahan dalam mengembangkan bisnis *korean bento cake*. Oleh karena itu jenis penelitian yang digunakan adalah yuridis empiris dengan menggunakan data kualitatif, yaitu penelitian hukum sosiologis dan dapat disebut pula dengan penelitian lapangan, yaitu mengkaji ketentuan hukum yang berlaku serta apa yang terjadi dalam kenyataannya di masyarakat.⁵ Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan sosiologis antropologis dengan melihat fenomena pengembangan bisnis *korean bento cake* yang beredar di masyarakat dan ketertarikan masyarakat untuk melakukan transaksi terhadap produk *korean bento cake*.⁶ Penulis menggunakan pendekatan tersebut dikarenakan penulis mengangkat isu berdasarkan perkembangan industri makanan kreatif di masyarakat yang semakin meningkat.

Penulis memilih lokasi penelitian di daerah Kota Bandung yang memiliki jumlah universitas banyak dan menyebabkan mahasiswa di Kota Bandung tidak dapat dikatakan sedikit jumlahnya. Serta hal tersebut yang kemudian menyebabkan tren *korean bento cake* mendapatkan pengaruh yang positif dan juga melihat peluang yang tinggi di Kota Bandung. Adapun data yang digunakan berupa data primer. Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama yang terkait dengan permasalahan yang akan dibahas.⁷ Sumber data diperoleh dari lapangan secara langsung dengan wawancara kepada pelaku usaha dengan jumlah 3 orang pelaku bisnis *korean bento cake* dan melakukan penyebaran kuisioner kepada mahasiswa secara acak dengan jumlah 50 buah. Penelitian ini menggunakan Teknik pengambilan *Quota Sampling*. Peneliti menggunakan sampel ini karena jumlah responden telah penulis tentukan dan responden penulis jumlahnya terbatas, yaitu 4 orang pelaku usaha *korean bento cake* di Kota Bandung. Analisis data dilakukan dengan cara kualitatif artinya menguraikan data dalam bentuk kalimat yang teraur, runtun, logis, tidak timpang tindih, dan efektif sehingga memudahkan pemahaman dan interpretasi data. Adapun tahapan-tahapan dalam menganalisis data, yaitu: Editing/Edit, *Classifying*, Verifikasi, Analisis Data, dan membuat kesimpulan.⁸

⁵ Bambang Arikunto, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2002), hlm. 15

⁶ *Ibid.*, hlm. 16.

⁷ Amiruddin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 30

⁸ *Ibid.*

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Perkembangan Usaha *Korea Bento Cake* Di Kota Bandung Dalam Mendukung Perekonomian Kreatif Daerah Pada Umumnya Dan Ekonomi Negara Pada Khususnya

Perkembangan usaha *korea bento cake* menjadi suatu tren centre di Indonesia semenjak pandemi Covid-19. Banyak UMKM yang hadir dari masyarakat dengan membawa konsep dan idenya masing-masing. Tidak dipungkiri bahwa kondisi tersebut yang kemudian dapat menyebabkan suatu perekonomian Indonesia menjadi bergerak dan berkembang. Bisnis-bisnis UMKM yang mulai dari masyarakat atas keunikannya dan dapat dipertahankan menjadi salah satu modal dalam pengembangan bisnis dan perekonomian daerah serta negara. Uhal tersebut juga tentunya didukung dengan kehadiran Pemerintah dengan memberikan perhatian khusus kepada UMKM melalui keberadaan Undang-Undang tentang UMKM. mulai terlihat bahwasannya Pemerintah mulai menaruh hati dan memberikan keberpihakan kepada sektor UMKM. Salah satu kebijakan yang dilakukan adalah dengan memberikan suatu prioritas kepada UMKM untuk ikut serta dalam suatu program pengadaan barang dan jasa yang diadakan oleh Pemerintah.⁹ Kemudian, hal tersebut diperkuat di dalam Konsideran Undang-Undang Cipta Kerja yang menyebutkan bahwa Undang-Undang tersebut memberikan kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan Usaha, Mikro, Kecil ditekankan di dalam garda terdepan bersamaan dengan pengembangan koperasi yang terdapat di dalam BAB V, Pasal 87 sampai dengan Pasal 104. Hal tersebut yang kemudian memunculkan berbagai konsep dari pelaksanaan bisnis UMKM di Indonesia dan mendapatkan fasilitas dukungan dari Pemerintah. Tidak sedikit pameran-pameran yang dibentuk oleh daerah dan nasional untuk menunjukkan bisnis UMKM yang dihasilkan oleh masyarakat.

Bukan hanya itu saja, pada Pasal 97 dan Pasal 104, pelaku UMKM diberi porsi paling sedikit 40 persen dari hasil produk dalam negeri untuk pengadaan barang/jasa pemerintah serta di dalam Undang-Undang Cipta Kerja juga memberikan kemudahan bagi para pelaku usaha UMKM, yang mana diatur di dalam Pasal 13 Undang-Undang Cipta Kerja yang mengatur pemerintah pusat memberi kemudahan, pemberdayaan, dan perlindungan bagi pelaku UMKM dan koperasi dalam pelaksanaan penanaman modal. Industri ekonomi

⁹ Andi Putra Sitorus, *Politik Hukum Perlindungan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Dalam Masyarakat Ekonomi Asean*, Jurnal of Law Doktrina, Volume 1, Nomor 2, 2018, hlm. 130.

kreatif dalam pembuatan suatu kue *korea bento* dapat juga memiliki peran meningkatkan perekonomian daerah dan juga nasional. Khususnya di Kota Bandung, berdasarkan hasil pengolahan data melalui wawancara kepada pelaku usaha pembuat *korea bento cake*, bahwa terdapat kurang lebih 200 pelaku usaha yang kemudian memiliki dan menggeluti bisnis usaha pembuatan *korea bento cake*. Hal tersebut dapat dilihat dari adanya suatu grup usaha khusus di bidang *korea bento cake* yang mana antar pelaku usaha di bidang *korea bento cake* saling masuk ke dalam grup dan saling membantu satu sama lain apabila terdapat order lebih.

Bukan hanya itu saja, dari sudut pandang konsumen juga yang telah dilakukan pengolahan data atas hasil penyebaran kuisioner ditemukan bahwa 48 orang dari 50 orang mengetahui keberadaan tren *korea bento cake*. Hal tersebut yang kemudian menunjukkan bisnis *korea bento cake* adalah suatu bisnis UMKM baru yang kemudian sangat dikenal oleh masyarakat, khususnya di Kota Bandung. Kemudian, dari 50 hasil kuisioner, ditemukan sejumlah 37 orang pernah memesan atau melakukan order terhadap *korea bento cake*. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya ketertarikan sendiri bagi konsumen untuk mencoba, mengetahui, dan juga merasakan apa yang kemudian disebut sebagai *korea bento cake* tersebut. Hal tersebut merupakan suatu contoh dan juga pembuktian bahwa dari sisi konsumen juga memiliki suatu ketertarikan untuk mencoba hal baru khususnya dalam hal *korea bento cake*. Serta dari 50 orang yang mengisi kuisioner menyatakan bahwa seluruhnya pernah memakan dan mencoba *korea bento cake* baik itu yang dibeli sendiri atau merupakan hasil pemberian. Kemudian, hasil respon yang pernah mencoba memakan *korea bento cake* menyatakan kue *korea bento cake* merupakan kue miniatur ulang tahun dengan bentuk yang lucu dan praktis serta kalau rasa beda-beda karena dari setiap pelaku usaha memiliki kekhasan rasa masing-masing.

Adanya ketertarikan tersebut yang kemudian menyebabkan kue *korea bento cake* menjadi suatu tren dan menyebabkan banyak pelaku usaha yang masuk ke dalam industri pembuatan kue *korea bento cake* dan juga banyak konsumen yang kemudian tertarik untuk mencoba dan terus melakukan pembelian terhadap *korea bento cake*. Hal tersebut akan memberikan dampak pada masuknya pendapatan negara dalam hal perpajakan yang dilakukan oleh pelaku usaha karena mendapatkan penghasilan yang banyak dari penjualan bisnis *korea bento cake*. Hal tersebut tentunya akan memberikan dampak pada

meningkatkan pendapatan daerah di Kota Bandung dan secara tidak langsung akan meningkatkan pendapatan negara juga.

2. Analisis Sikap Pelaku Usaha Untuk Bertahan Dalam Bisnis *Korea Bento Cake* Dan Ketertarikan Konsumen Terhadap Produk *Korea Bento Cake* Di Kota Bandung

Sikap pelaku usaha untuk bertahan dalam bisnis *korea bento cake* adalah dibuktikan dengan berbagai cara, yaitu pengembangan kreatif *korea bento cake* dengan menawarkan model dan kreasi baru setiap bulannya, penawaran harga yang kompetitif dengan kompetitor, dan juga memaksimalkan iklan melalui media sosial serta melalui *influencer* yang memiliki pengaruh dan penonton yang tinggi. Ketiga hal tersebut yang kemudian dapat dijadikan sebagai salah satu modal pelaku usaha untuk mempertahankan bisnisnya tersebut dalam bidang *korea bento cake*. Sebagaimana disampaikan oleh Pelaku Usaha 1 atau Narasumber 1 yang memaksimalkan promosi melalui media sosial terbukti dari tahun 2020 hingga tahun 2022 akhir ini masih banyak konsumen yang datang memesan dan melakukan *repeat order*. Sedangkan Pelaku Usaha 2 atau Narasumber 2 yang menyatakan bahwa ia selalu menawarkan kreasi baru dan inovasi baru dalam bisnis *korea bento cake* sehingga konsumen memiliki ketertarikan dan tidak bosan dengan produk yang dihasilkan, sedangkan Narasumber 3 atau Pelaku Usaha 3 mengoptimalkan pada penggunaan *influencer* untuk menarik perhatian konsumen. Ketiga pelaku usaha tersebut kemudian sepakat bahwa harga juga termasuk salah satu hal yang mendukung agar bisnis *korea bento cake* tetap memiliki pelanggan. Hal tersebut dikarenakan pasar dari Kota Bandung adalah mahasiswa dan juga remaja yang mana memiliki uang jajan yang terbatas sehingga harus dioptimalkan.

Sedangkan ketertarikan konsumen dari bisnis atau usaha *korea bento cake* adalah ada beberapa alasan. Adapun dari hasil kuisioner yang didapatkan menunjukkan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1
Alasan Konsumen Menyukai *Korea Bento Cake*

No.	Keterangan	Jumlah Responden
1.	Harga Terjangkau	31
2.	Efisien dan efektif dari segi bentuk dan juga ukuran	5

3.	Unik dan Kreatif	6
4.	Tidak membosankan desain yang diberikan	8

Berdasarkan tabel 1 tersebut menunjukkan bahwa harga terjangkau yang dibandrol oleh pelaku usaha dalam menjual *korea bento cake* menjadi alasan yang cukup kuat untuk konsumen membeli suatu *korea bento cake*. Tidak dipungkiri bahwa harga menjadi salah satu alasan dalam menentukan suatu hasil akhir apakah konsumen melakukan pembelian atau tidak terhadap suatu produk atau barang. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa harga sangat berpengaruh untuk menentukan apakah konsumen ingin membeli *korea bento cake* atau tidak.

Bukan hanya itu saja, dari 50 responden, 6 orang menyatakan menyukai konsep *korea bento cake* karena produk atau barang *korea bento cake* adalah unik, kreatif, dan tidak monoton atau tidak membosankan. Hal tersebut dalam dunia usaha juga menentukan apakah suatu produk memiliki suatu alasan kuat untuk selalu dibeli atau dilakukan pembelian berulang kali. Sebagaimana diketahui bahwa ciri-ciri dari *korea bento cake* adalah kue kecil yang unik dan memiliki keunikan tersendiri di dalam gambarnya. Hal tersebut yang menyebabkan konsumen memiliki ketertarikan dan tidak merasa bosan atas setiap bentuk gambar, desain, warna yang dibuat oleh pelaku usaha. Setiap pelaku usaha harus memiliki ciri khas atau keunikan atas produk barang yang dimilikinya sehingga menyebabkan konsumen tertarik. Hasil kuisinier yang disebarkan kepada mahasiswa di Kota Bandung menyebutkan bahwa unik, lucu, kreatif, dan tidak membosankan yang terdapat pada *korea bento cake* menyebabkan mereka tertarik untuk melakukan pembelian terhadap *korea bento cake*.

Efisien dan efektif dari segi bentuk dan juga ukuran juga merupakan salah satu alasan yang kemudian dijadikan sebagai alasan oleh konsumen atau penikmat *korea bento cake* untuk melakukan pembelian terhadap *korea bento cake*. Maksud dari efisien dan efektif adalah bentuk dari *korea bento cake* adalah lingkaran kecil dan sangat praktis untuk diberi sebagai hadiah atau di bawa kemana-mana. Hal tersebut yang kemudian menyebabkan *korea bento cake* memiliki peminat. Faktanya adalah ada beberapa orang yang menyukai kepraktisan dan juga efisien serta efektif dalam segala hal. Apabila membeli kue ulang tahun atau kue tart dengan ukuran besar dianggap riskan jatuh, susah di bawa, dan juga tidak ukurannya apabila hanya ingin diberikan kepada satu orang saja. Sehingga

membutuhkan ukuran kue yang praktis serta tidak mubazir. Hal tersebut yang menyebabkan *korea bento cake* menjadi pilihan konsumen untuk menikmati sebuah kue.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam tren *korea bento cake* antara pelaku usaha dan juga konsumen memiliki ketertarikan sendiri dan juga memiliki peluang untuk mengembangkan bisnis dan juga mengembangkan usaha *korea bento cake*. Banyaknya peminat, tidak monoton, dan juga harga yang relatif murah dibandingkan kue tart atau kue ulang tahun dan/atau kue sejenisnya, menjadikan *korea bento cake* adalah pilihan bagi konsumen atau siapa saja untuk menikmati sebuah estetika kue dan juga tidak kalah saing atau enak untuk rasanya dibandingkan dengan kue yang memiliki ukuran besar. Hal tersebut yang kemudian menyebabkan pasar pelaku usaha meluas yang menjadikan Kota Bandung memiliki kurang lebih 200 pelaku usaha yang bergerak di bidang pengembangan *korea bento cake*. UMKM rumahan seperti ini yang kemudian harus didukung oleh pemerintah karena secara tidak langsung dapat memberikan manfaat dan dampak bagi pengembangan keuangan daerah dan negara serta industri kreatif.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan penjabaran di atas maka dapat disimpulkan bahwa dalam pelaksanaan bisnis *korea bento cake* merupakan pengembangan dari kreativitas masyarakat membuat suatu ide bisnis. Tren pembuatan *korea bento cake* merupakan salah satu bentuk contoh ide kreativitas masyarakat terus berkembang dan memiliki pasar yang kuat. Salah satunya di Kota Bandung yang mana memiliki kurang lebih 200 pelaku usaha yang bergerak di bidang pembuatan *korea bento cake* serta masyarakat Kota Bandung yang di dalamnya banyak mahasiswa, remaja, atau pelajar yang menyukai tren dan memiliki ketertarikan tinggi menyebabkan bisnis *korea bento cake* tidak redup dan selalu memiliki pasar. Hal tersebut yang kemudian menjadi bukti bahwa bisnis *korea bento cake* merupakan salah satu ekonomi kreatif yang dapat memberikan dampak baik bagi pendapatan daerah dan juga negara. Serta Pemerintah dalam hal ini harus melihat peluang dan kesempatan kepada UMKM rumahan seperti pelaku usaha yang mengembangkan bisnis *korea bento cake* untuk mendapatkan bantuan pendanaan dan juga mentoring agar dalam melaksanakan bisnis *korea bento cake* dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006)
- Andi Putra Sitorus, *Politik Hukum Perlindungan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Dalam Masyarakat Ekonomi Asean*, Jurnal of Law Doktrina, Volume 1, Nomor 2, 2018.
- Bambang Arikunto, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2002).
- Ni Made Sri Wahyuni Trisna dan Farriz Fardani Zulkifli, *Bisnis Kreatif di Era Digital Dengan Mengangkat Kearifan Lokal*, Jurnal Da Moda, Volume 2, Nomor 2, 2021.
- Suhardi, *Hukum Koperasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia*, (Jakarta: Akademiika, 2012).
- Tatiek Koeniawati Andjani, *Teori Permintaan Suplemen Modul Ekonomi Mikro*, diakses melalui <http://tatiek.lecture.ub.ac.id/files/2010/06/suplemen-modul-perilaku-konsumsi-mikro-ekonomi.pdf>
- Wuri Sumampouw, Kana Kurnia, Imam Ridho Arrobi, *Perlindungan Hukum Terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pasca Berlakunya Undang-Undang Cipta Kerja*, Jurnal Dde Jure, Volume 13, Nomor 1, 2021, hlm. 26.