

**GLOKALISASI KULINER SUSHI JEPANG DI
KOTA PALEMBANG**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Menempuh Derajat Sarjana S-1
Ilmu Hubungan Internasional**



Disusun oleh :

**Mutiara Farhanah Azzahra
07041382025193**

**JURUSAN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2024**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

“Glokalisasi Kuliner Sushi Jepang Di Kota Palembang”

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1 dalam Bidang Ilmu Hubungan Internasional**

Oleh :

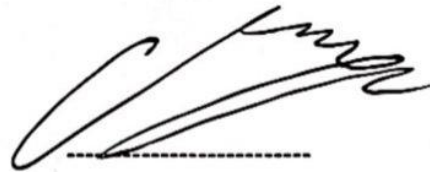
Mutiara Farhanah Azzahra

07041382025193

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing, 26 Juli 2024

Pembimbing

Muhammad Yusuf Abror, S.IP., M.A
NIP. 199208272019031005



Mengetahui,
Ketua Jurusan

Sofyan Effendi, S.IP., M.Si
NIP. 197705122003121003



HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

"Glokalisasi Kuliner Sushi Jepang Di Kota Palembang"

Skripsi

Oleh :

Mutiara Farhanah Azzahra

07041382025193

Telah dipertahankan di depan penguji

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

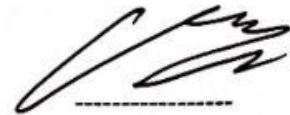
Pada tanggal 26 Juli 2024

Pembimbing :

1. Muhammad Yusuf Abror, S.IP., MA

NIP. 199208272019031005

Tanda Tangan

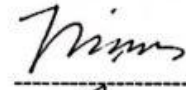


Penguji :

1. Dr. Zulfikri Suleman, MA

NIP. 195907201985031002

Tanda Tangan



2. Yuni Permatasari, S.IP., M.HI

NIP. 199706032023212021



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI



Ketua Jurusan



Sofvan Effendi, S.IP., M.Si
NIP. 197705122003121003

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mutiara Farhanah Azzahra
NIM : 07041382025193
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 18 Juni 2002
Program Studi/Jurusan : Ilmu Hubungan Internasional
Judul Skripsi : Glokalisasi Kuliner Sushi Jepang Di Kota Palembang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahannya dari pembimbing yang ditetapkan.

Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 26 Juli 2024
Yang membuat pernyataan,



Mutiara Farhanah Azzahra
NIM. 07041382025193

ABSTRAK

Penelitian ini menggambarkan tentang fenomena glokalisasi kuliner sushi Jepang di Kota Palembang. Glokalisasi merupakan proses interpretasi sesuatu yang global dengan nilai lokal. Permasalahan dalam penelitian ini yaitu masyarakat Indonesia tidak menyukai makanan Sushi Jepang yang bentuk penyajiannya berbahan ikan mentah. Peneliti ingin melihat bagaimana sushi menyesuaikan berbagai varian menu untuk disesuaikan dengan selera Masyarakat Kota Palembang. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana proses glokalisasi sushi di Kota Palembang. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori glokalisasi oleh Roland Robertson. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan data primer yaitu Dinas Pariwisata Kota Palembang dan 3 (tiga) pelaku usaha restoran sushi Kota Palembang. Data sekunder yaitu jurnal akademik dan publikasi media terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses glokalisasi kuliner sushi Jepang berhasil di Kota Palembang. Hasil tersebut mengacu pada 4 (empat) dimensi yakni relativisasi, akomodasi, hibridisasi, dan transformasi. Dimensi relativisasi memperlihatkan bahwa Sushi yang berasal dari Jepang masuk ke Palembang dan rasanya berusaha diselaraskan dengan selera Masyarakat. Dimensi akomodasi memperlihatkan adanya Chef Jepang, Pelaku Usaha, dan Dinas Pariwisata Palembang yang menghubungkan budaya sushi dalam menjalankan proses glokalisasi kuliner sushi Jepang di Kota Palembang. Dimensi hibridisasi menunjukkan bahwa terdapat proses untuk menciptakan perpaduan antara budaya global dan lokal yaitu sushi Jepang dengan cita rasa khas Indonesia seperti sushi rendang yang menjadi ciri khas baru dari sushi. Dimensi transformasi menghasilkan perubahan bentuk budaya baru yaitu varian sushi yang sudah terglokalisasi di Kota Palembang. Untuk itu berdasarkan hasil penelitian bahwa sushi Jepang dapat diterima oleh masyarakat Kota Palembang sebagai salah satu menu kuliner yang menjadi budaya baru bagi masyarakat Kota Palembang. Fenomena ini dapat dianggap sebagai upaya masyarakat melestarikan cita rasa lokal di era globalisasi.

Kata Kunci: Glokalisasi, Teori Glokalisasi, Kuliner Sushi Jepang.

Mengetahui,

Pembimbing



Muhammad Yusuf Abror, S.IP., MA
NIP. 199208272019031005

Ketua Jurusan



Sofyan Effendi, S.IP., M.Si
NIP. 197705122003121003

ABSTRACT

This research describes the phenomenon of glocalization of Japanese sushi culinary in Palembang City. Glocalization is the process of interpreting something global with local values. The problem in this research is that Indonesian people do not like Japanese sushi which is served with raw fish. Researchers want to see how sushi adapt various menu variants to suit the tastes of the people of Palembang City. The purpose of this research is to find out how the process of sushi glocalization in Palembang City. The theory used in this research is glocalization theory by Roland Robertson. The method used in this research is a qualitative method with primary data, namely the Palembang City Tourism Office and 3 (three) Palembang City sushi restaurant business actors. Secondary data are academic journals and related media publication. The research results show that the process of glocalization of Japanese sushi culinary is successful in the city of Palembang. These results refer to 4 (four) dimensions namely relativization, accommodation, hybridization, and transformation. The relativization dimension shows that Sushi originating from Japan entered Palembang and its taste was trying to be aligned with the tastes of the community. The accommodation dimension shows the presence of Japanese chefs, business actors, and the Palembang Tourism Office who connect sushi culture in carrying out the process of glocalization of Japanese sushi cuisine in Palembang City. The hybridization dimension shows that there is a process to create a blend of global and local cultures namely Japanese sushi with typical Indonesian taste. The transformation dimension produces a change in the form of a new culture, namely a variant of Japanese sushi that is glocalized into a new characteristic of sushi in Palembang City. For this reason, based on the results of the research, Japanese sushi can be accepted by the people of Palembang City as one of the culinary menus that has become a new culture for the people of Palembang City. This phenomenon can be considered as an effort by society to preserve local flavors in the era of globalization.

Keyword: *Glocalization, Glocalization Theory, Japanese Sushi Culinary.*

Acknowledge by,

Advisor



Muhammad Yusuf Abror, S.IP., MA
NIP. 199208272019031005

Head of Department



Sofyan Effendi, S.IP., M.Si
NIP. 197705122003121003

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat yang melimpah dan kesehatan, sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Glokalisasi Kuliner Sushi Jepang Di Kota Palembang”, sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana (S1) pada jurusan Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, peneliti banyak memperoleh dukungan dan bantuan mulai dari bimbingan, arahan, dan pengajaran dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu peneliti menyampaikan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua penulis yang tercinta, Papa Muslim Ansori dan Mama Nyayu Ela Eliza yang tak henti-hentinya memberikan doa, bimbingan, motivasi dan dukungan serta kasih sayang yang tulus sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Taufiq Marwa, SE. M.Si. selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
3. Prof. Dr. Alfitri, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Sofyan Effendi, S.IP., M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Muhammad Yusuf Abror, S.IP., MA selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti dalam proses penulisan skripsi ini.
6. Kepada Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Hubungan Internasional yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti.
7. Para narasumber, yaitu pelaku usaha restoran Sushi Jepang Kota Palembang (Tom Sushi, Sushi Yay, Sakura Kita, Sushi So), dan Dinas Pariwisata Kota Palembang yang meluangkan waktu untuk memberikan informasi dalam penelitian skripsi ini.
8. Bapak Ario Bimo Utomo, S.I.P., MIR. selaku dosen mata kuliah Glokalisasi pada PMM (Pertukaran Mahasiswa Merdeka) sehingga menjadi inspirasi penulis dalam mengambil judul skripsi ini.
9. Saudara kandung peneliti, Ahmad Naufal Pratama yang telah memberikan dukungan dan perhatiannya agar peneliti dapat menyelesaikan skripsi.
10. Sepupu dan keluarga besar peneliti, yaitu Cek Ika, Puput, Tata, Caca, Keisyia, Septi, Cek Anti dan seluruh keluarga besar yang turut memberikan semangat dalam penyusunan skripsi.
11. Sahabat peneliti, Dinda Amanda Utami dan Destry Talitha Zhafira yang menemani, tempat berbagi cerita, memberi nasihat, serta mendukung

- peneliti dari SD hingga sekarang.
12. Sahabat peneliti, Bila, Triana, Isney, Memei, Isra, dan Annik yang menjadi tempat hiburan, cerita dan saling mendukung dari SMP hingga saat ini.
 13. Sahabat SMA peneliti, yaitu Jeje, Eka, Nabila, Selvi, Dhira, Aci, Citra, dan Weel yang menjadi tempat berbagi cerita, selalu memberikan dukungan satu sama lain dari SMA hingga proses perkuliahan masing-masing dan dalam penyusunan skripsi.
 14. Sahabat seperjuangan magang, yaitu yuk cayang Miranda, Maya, Dea, Dedest, Naya, dan Shabrina yang saling mendukung, menghibur dan membantu mulai dari magang hingga penyusunan skripsi.
 15. Sahabat seperjuangan PMM, yaitu Meyes, Janey, Nayana, Alif, dan Rizki yang menemani selama masa pertukaran mahasiswa merdeka di UPNVJT Surabaya hingga saat ini saling mendukung satu sama lain.
 16. Rekan seperjuangan penulisan skripsi, yaitu Manda, Rizka, Azel, Dea, Austin, dan Nadhya yang saling mendukung dan menjadi tempat untuk mengerjakan skripsi bersama.
 17. Teman – teman kelas HI A Palembang Angkatan 2020 yang saling mendukung dari awal perkuliahan hingga akhir semester proses penyusunan skripsi.
 18. Teman-teman dan semua pihak lainnya yang membantu peneliti yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terima kasih atas doa dan dukungan yang berharga bagi peneliti.
 19. Teruntuk Hanif Azfa Sadifatiasmi, yang selalu menemani, memberi perhatian, menyemangati, dan memotivasi. Terima kasih telah meluangkan waktunya untuk menemani peneliti dalam meneliti skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan , oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi peneliti untuk diperbaiki kedepannya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan menjadi acuan dalam penelitian studi Ilmu Hubungan Internasional.

Palembang, 18 Juli 2024

Penulis



Mutiara Farhanah Azzahra

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR SINGKATAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat praktis.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Landasan Teori.....	20
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
2.4 Argumentasi Utama	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Desain Penelitian	31
3.2 Definisi Konsep.....	32
3.3 Fokus Penelitian	32
3.4 Unit Analisis.....	35
3.5 Jenis dan Sumber Data	35
3.6 Teknik Pengumpulan Data	36
3.7 Teknik Keabsahan Data	37
3.8 Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV GAMBARAN UMUM	40
4.1 Sejarah Glokalisasi	40

4.1.2 Fenomena Glokalisasi Sushi.....	43
4.2 Fenomena Glokalisasi di Indonesia	45
4.2.1 Fenomena Glokalisasi Sushi di Indonesia.....	46
4.3 Fenomena Glokalisasi di Kota Palembang	49
4.4 Restoran Glokalisasi Sushi di Kota Palembang	50
4.1.1 Tom Sushi	50
4.4.2 Sushi Yay	56
4.4.3 Sakura Kita	59
BAB V PEMBAHASAN.....	63
5.1 Relativisasi	63
5.2 Akomodasi.....	68
5.3 Hibridisasi.....	71
5.4. Transformasi.....	76
5.5 Pembahasan	80
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	83
6.1 Kesimpulan	83
6.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	88
DOKUMENTASI PENELITIAN.....	109

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Fokus Penelitian.....	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Menu Glokalisasi Sushi	10
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4. 1 Burrito Sushi Amerika	44
Gambar 4. 2 Sushi buah dan cream cheese Brazil	44
Gambar 4. 3 Sushi Pizza Canada	45
Gambar 4. 4 Logo Tom Sushi.....	50
Gambar 4. 5 Kohaku Roll.....	52
Gambar 4. 6 Salmon Sushi with Sambal Roa	52
Gambar 4. 7 Aburi Salmon Sushi with Sambal Roa	53
Gambar 4. 8 Nasubi Hana Sushi	53
Gambar 4. 9 Maguro Sushi With Sambal Kecombrang.....	54
Gambar 4. 10 Spicy Nasubi Sushi	54
Gambar 4. 11 Salmon dan Gyu Hana Sushi	55
Gambar 4. 12 Salad Sushi.....	55
Gambar 4. 13 Logo Sushi Yay.....	56
Gambar 4. 14 Sushi Rendang Crunchy Roll.....	57
Gambar 4. 15 Sushi Bilis Cabe Ijo Roll.....	58
Gambar 4. 16 Sushi Ayam Pop Roll	58
Gambar 4. 17 Logo Sakura Kita	59
Gambar 4. 18 Rendang Roll Sushi.....	59
Gambar 4. 19 Sambalado Roll Sushi	60
Gambar 4. 20 Sambal Matah Roll Sushi	60
Gambar 4. 21 Semur Roll Sushi.....	61
Gambar 4. 22 Lemper Roll Sushi.....	61
Gambar 4. 23 Spicy Potato Sushi	62
Gambar 5. 1 Chef Maeda.....	75
Gambar 5. 2 Chef Oda	75

DAFTAR SINGKATAN

EKRAF : Ekonomi Kreatif

WNA : Warga Negara Asing

WNI : Warga Negara Indonesia

OPD : Organisasi Perangkat Daerah

FnB : Food and Beverage

KFC : Kentucky Fried Chicken

PSBB : Pembatasan Sosial Berskala Besar

SOP : Standar Operasional Prosedur

BG1 : *Buy One Get One*

PTC : Palembang Trade Center

PI : Palembang Icon

PS : Palembang Square

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Dinas Pariwisata Kota Palembang	88
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Sushi Yay Kota Palembang	91
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Tom Sushi Palembang	97
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Sakura Kita.....	101
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Sushi So	104
Lampiran 6 Transkrip Wawancara Bagian Kerja Sama Luar Negeri Kota Palembang.....	107

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era global saat ini, perubahan merupakan suatu hal yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan bermasyarakat. Perubahan yang terjadi pada suatu kelompok masyarakat mau tidak mau akan membawa perubahan pada kelompok masyarakat lainnya. Jika suatu masyarakat tidak mengikuti perubahan, maka ia akan tertinggal dari masyarakat yang mengikuti perubahan tersebut. Proses globalisasi dengan adanya kemajuan teknologi yang signifikan telah mendekatkan negara-negara, seolah-olah tidak ada batas negara. Hal ini membantu berbagai budaya luar masuk ke dalam kehidupan lokal. Globalisasi diartikan sebagai suatu proses meningkatnya saling ketergantungan antar manusia di seluruh dunia, dimana peristiwa yang terjadi di suatu belahan dunia semakin mempengaruhi masyarakat di belahan dunia yang lain (Baylish dan Smith, dalam Hartanto, 2018). Globalisasi sendiri membawa tantangan yang harus dihadapi dan proses-proses baru lahir dari proses globalisasi. Kemudian dari sebuah proses globalisasi, akan muncul proses baru yaitu glocalisasi. Dalam aspek heterogenisasi globalisasi, gagasan glocalisasi diperkenalkan.

Glocalisasi dapat dilihat sebagai efek globalisasi yang bertujuan agar budaya global yang masuk lebih mudah diterima oleh masyarakat. Hasilnya adalah terjadi pencampuran budaya lokal dan global. Globalisasi memiliki nilai-nilai yang secara fundamental berbeda dengan nilai-nilai lokal. Ketika kedua nilai tersebut bersatu maka akan lahir budaya yang berbeda. Hal ini diikuti oleh situasi di mana budaya global dan lokal berinteraksi. Oleh karena itu, situasi yang muncul juga beragam. Mulai dari budaya global yang mendukung budaya lokal, budaya global yang masuknya ke lokal atau lokal

masuk ke global, atau justru terdapat benturan antara global dan lokal (Herman et al., 2019). Jadi, istilah globalisasi yang bercampur dengan budaya lokal adalah glocalisasi.

Gagasan glocalisasi berasal dari konteks pembicaraan yang spesifik globalisasi dalam metode bisnis Jepang pada akhir tahun 1980-an meskipun sekarang sudah menjadi perspektif pemasaran yang cukup umum (Robertson, 2012). Glocalisasi sudah menjadi istilah yang digunakan hampir di seluruh dunia, yang berarti budaya lokal berbaur dengan produk global. Glocalisasi pertama kali dipopulerkan oleh Roland Robertson pada tahun 1977 yang merupakan gabungan dari kata global dan lokal. Istilah tersebut adalah sebuah adaptasi dari bahasa Jepang *dochakuka* yang berarti adaptasi praktik pertanian yang dipadukan dengan kegiatan setempat (Jarrah, 2021). Menurut Robertson (1995) penggunaan istilah glocalisasi berarti budaya lokal yang memberi makna pada pengaruh global, oleh karena itu keduanya saling bergantung dan memungkinkan satu sama lain.

Globalisasi industri kuliner yang dimulai dengan perdagangan rempah-rempah memicu glocalisasi industri. Di era globalisasi saat ini, merupakan fenomena umum bahwa berbagai makanan dan masakan tersebar di berbagai negara. Rasa ingin tahu dan apresiasi terhadap pengalaman kuliner yang beragam muncul sebagai hasil dari hubungan dan pengetahuan budaya yang berbeda. Hal ini menyebabkan pengenalan dan perubahan berbagai jenis makanan. McDonald's adalah salah satu produk global yang terkena dampak glocalisasi (Herman et al., 2019). Meskipun McDonald's berbasis di Amerika Serikat, mereka membuat masakan Indonesia seperti nasi uduk Mcd. Ada yang mirip dengan *Kentucky Fried Chicken* yang berasal dari Louisville Amerika Serikat dan diperkenalkan ke Indonesia dan menjadi ayam geprek. Hal ini juga berlaku pada produk Jepang dan budaya Jepang.

Makanan dari negara Jepang sangat populer di berbagai belahan dunia. Jepang terus mempertahankan aspek budaya tradisionalnya. Masakan Jepang semakin populer

karena beberapa faktor. Pertama, budaya kuliner Jepang yang kaya menekankan pada bahan-bahan segar dan persiapan yang matang menarik perhatian pecinta kuliner di seluruh dunia. Yang kedua adalah meningkatnya globalisasi dan hubungan budaya yang lebih kuat memungkinkan masakan Jepang menyebar ke berbagai negara. Ketiga, peningkatan popularitas masakan Jepang juga dipengaruhi oleh kesadaran masyarakat akan kesehatan. Selain itu, peningkatan jumlah wisatawan yang mengunjungi Jepang untuk menikmati budaya makanannya yang unik telah mendorong masakan Jepang menjadi lebih populer di seluruh dunia (Watari et al., 2020).

Sushi sebagai salah satu makanan Jepang paling populer mempunyai tempat khusus dalam budaya makanan internasional. Ada banyak jenis sushi yang berbeda tergantung pada bentuk sushi, tergantung pada iklim, cuaca, dan lokasi geografis. Adanya penekanan pada makanan laut segar dan rasa yang seimbang, sushi Jepang populer di kalangan mereka yang mencari pola makan yang lebih sehat. Sushi, yang sering disajikan di restoran Jepang dan dianggap sebagai makanan khas Jepang sebenarnya berasal dari Tiongkok dan diperkenalkan ke Jepang sekitar abad ke-7. Saat itu, sushi dibuat hanya dengan memfermentasi ikan di dalam nasi selama beberapa bulan. Sekitar tahun 1800, seorang chef terkenal bernama Yohei menciptakan sushi tanpa melalui proses fermentasi. Sushi buatan Yohei ini diberi nama “*Edomaezushi/Nigiri Sushi*” dan merupakan sushi pertama di Jepang. Sushi menjadi bisnis pada abad ke-19 karena cara menyiapkannya yang mudah dan cepat. Kata sushi sendiri merupakan kata sifat yang berarti asam jika ditulis dengan huruf kanji. Sushi adalah ikan, bisa juga seafood mentah yang dipotong kecil-kecil dan ditaruh di atas kepalan nasi. Untuk sushi yang bahan dasarnya udang dan kepiting, biasanya direbus terlebih dahulu (Trahutami, 2018).

Berdasarkan *Kodansha Bilingual Encyclopedia of Japan* (1998), ada empat jenis sushi yang dikenal luas saat ini (Noviana et al., 2017) :

- a. Nigirizushi merupakan sushi yang berkembang di awal tahun 1800-an, berbentuk lonjong atau persegi panjang, dibuat dengan cara diremas dengan tangan. Sushi ini dihias dengan potongan ikan salmon segar, tuna, kerang, udang, kepiting, gurita, cumi-cumi, dan lainnya. Memakan Nigirizushi sering kali dengan dicelupkan ke dalam shoyu atau kecap asin.
- b. Makizushi, jenis sushi yang digulung seperti kue beras dengan isian di tengahnya berupa berbagai jenis makanan laut seperti pada nigirizushi atau bisa juga berisi sayuran dan telur dadar. Sushi jenis ini dibungkus dengan menggunakan lembaran olahan rumput laut (nori) atau sekadar ditaburi wijen hitam, telur salmon (tobiko), dan lainnya. Makizushi disajikan dalam potongan dan bisa dimakan langsung tanpa shoyu atau juga dengan dicelupkan ke dalam kecap shoyu.
- c. Chirashizushi, Sushi jenis ini bentuknya seperti nasi goreng yang dicampur berbagai lauk dan bentuknya tidak serapi dua jenis sushi sebelumnya. Ada dua jenis sushi ini: versi Tokyo dan versi Osaka. Dalam versi Tokyo, berbagai lauk pauk ditata rapi di atas nasi sushi. Sedangkan di versi Osaka, aneka lauknya dipotong kecil dan digabung dengan nasi sushi, kemudian di atasnya diberi telur dadar.
- d. Oshizushi, Sushi jenis terakhir ini dibuat dengan cara dibentuk dalam wadah kayu yang bentuknya persegi. Sushi ini juga bisa diberi isian berbagai lauk atau hanya dibungkus dengan cangkang tahu Jepang yang bentuknya menyerupai tahu coklat yang memiliki rasa manis dan gurih.

Di sisi lain, ada sushi modern yang terkenal yaitu : 1) California roll dengan nasi dibungkus di luar dan di dalamnya terdapat rumput laut, daging kepiting, telur, ikan, dan alpukat 2) Philadelphia roll dibuat seperti California roll, tetapi dengan salmon, sayuran, dan krim keju. Berbagai jenis sushi mengandung bahan yang berbeda, memiliki kombinasi warna yang berbeda, dan memiliki simbol dan makna tertentu. Seiring dengan

semakin populernya masakan Jepang secara internasional, masakan ini telah disesuaikan dengan selera lokal dan preferensi budaya di berbagai daerah. Seperti, “*Sushi Morango*” yang populer di Brazil, memadukan bahan-bahan tradisional Jepang dengan stroberi Brazil. Namun sushi Jepang tidak hanya populer di Brazil tetapi juga di Indonesia. Jepang menjadi salah satu negara yang berhasil mendominasi pasar Indonesia. Masakan Jepang telah memikat hati masyarakat Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya restoran Jepang yang bermunculan dan diminati masyarakat khususnya remaja.

Masuknya makanan-makanan luar negeri ke Indonesia itu bisa terjadi karena adanya fenomena global. Seperti adanya sushi di Indonesia ini juga tidak terlepas dari fenomena global, yang mana kebiasaan atau budaya dari luar yang ramai dibahas dan dipertontonkan melalui sosial media membuat kita ikut mencoba hal tersebut. Mengutip dari website tirto.id, Sushi masuk ke Indonesia pada tahun 1969 ketika restoran Jepang pertama yaitu Kikukawa dibuka di Jakarta. Setelah Perang Dunia II, mantan tentara Jepang Kikuchi Surutake memutuskan untuk menetap di Indonesia (Nuran Wibisono, 2017). Kikuchi membawa istri dan keluarganya ke Indonesia untuk tinggal bersama dan mendirikan restoran Kikukawa yang sederhana. Namun restoran ini sangat terkenal dengan masakan Jepangnya yang otentik dan klasik dan telah beroperasi selama 52 tahun. Nama Kikukawa merupakan gabungan dari namanya dan lagu Indonesia favoritnya yaitu "Bengawan Solo" yang artinya sungai dan disebut Gawa dalam bahasa Jepang. Meskipun Kikuchi telah tiada, restoran Kikugawa masih terpelihara dengan baik dan masih buka di Jakarta Pusat Kawasan Cikini. Dari restoran kikugawa ini menjadi cikal bakal restoran sushi di Indonesia. Seiring berkembangnya dunia kuliner, semakin banyak restoran yang membuat hidangan sushi di Indonesia. Pada tahun 1970-an dan 1980-an, di Sari Pan Pacific Hotel ada restoran Jepang mewah Keyaki. Pada akhir tahun 1980-an dan awal tahun 1990-an, kawasan Little Tokyo didirikan di Melawai, Jakarta Selatan. Kemudian,

dibukanya juga restoran Jepang Ajihara di kawasan tersebut pada tahun 1990. Di waktu yang sama, dibukanya restoran bernama "Tempura Hana" di Yogyakarta. Setelah itu, ledakan besar makanan Jepang dimulai di Indonesia. Periode ini merupakan gelombang keempat kuliner Jepang di Indonesia setelah tahun 2000 (Nuran Wibisono, 2017).

Dalam proses perkembangannya, terdapat lebih dari ratusan restoran sushi di Indonesia hingga saat ini. Namun sejak sushi menyebar ke berbagai kota di Indonesia, ada beragam penyesuaian dan kreasi sushi yang diciptakan untuk menyesuaikan cita rasanya. Pada tahun 1990-an, mengenalkan sushi kepada masyarakat Indonesia bukanlah hal yang mudah, image makanan mentah juga sudah melekat dengan masakan tradisional Jepang. Masakan Jepang menggunakan bumbu sederhana. Orang Jepang terkenal menggunakan bahan-bahan yang sangat segar saat memasak, sering kali dikukus, direbus, atau dimasak setengah matang. Seperti sushi, hidangan ikan mentah yang digulung atau sayuran dengan rumput laut. Sedangkan, di sisi lain masyarakat Indonesia belum terbiasa mengonsumsi ikan mentah dan kurang menyukai makanan yang berbahan mentah. Hal ini kurang sesuai dengan selera orang Indonesia, karena makanan Indonesia kaya akan bumbu dan rasa serta budaya makanan Indonesia mengharuskan bahan mentah diolah terlebih dahulu sebelum dikonsumsi. Oleh karena itu, adanya glocalisasi dilakukan untuk menyesuaikan rasa Sushi agar menarik masyarakat Indonesia dengan menggunakan bahan-bahan yang berbeda, memperbaiki sushi agar terlihat lebih cantik dan mengurangi bau amis pada sushi. Dengan pesatnya perkembangan makanan asing yang digemari masyarakat saat ini, timbul juga kekhawatiran bahwa cita rasa lokal akan hilang.

Pada akhirnya banyak restoran yang mengembangkan berbagai jenis sushi gulung yang sesuai dengan selera orang Indonesia agar diminati masyarakat Indonesia. Saat ini sushi Indonesia tidak hanya menjadi makanan tradisional Jepang tetapi mulai berkembang ke tingkat yang lebih modern dan kompleks. Banyak pengaruh budaya

Indonesia yang menciptakan fusion sushi, yaitu gaya pengolahan sushi dengan rasa yang disesuaikan dengan lidah masyarakat Indonesia. Seperti olahan *Sushi Spicy Shitake Roll*, jenis sushi dengan saus sambal bajak khas Indonesia. Ada juga Kikai Roll sushi yang diisi dengan unagi dan kulit salmon yang di atasnya diberi bumbu balado sambal khas Indonesia yang memiliki rasa pedas, gurih, dan sedikit manis. Lalu ada Sushi Yay yang menyajikan “*Sushi Padang Platter*” dan sushi cabai hijau, yaitu sushi yang menonjolkan cita rasa nasi Padang. Hal itu membuat sushi memiliki cita rasa Indonesia yang kuat.

Yang membedakan rasa sushi Indonesia dan Jepang adalah jenis sushinya. Di Jepang, nigiri sushi, sushi don, dan jenis sushi mentah lainnya lebih dominan. Sedangkan sebagian besar sushi di Indonesia merupakan sushi olahan yang dibuat agar terlihat menarik dan untuk mengurangi rasa amis pada sushi. Di Indonesia menggunakan mayonaise dan saus. Kemudian, rasa segar sushi Jepang berasal dari bahan-bahan yang segar, jenis nasi, cuka dan kecap yang digunakan juga mempengaruhi rasa sushi Jepang. Namun, rasa ikan Indonesia kurang segar dan sedikit amis. Hal berbeda lainnya yaitu orang Jepang cenderung makan sushi langsung dengan tangan dibandingkan dengan sumpit. Sebaliknya, orang Indonesia cenderung mengambil sushi dengan sumpit.

Fenomena glokalisasi sushi ini bisa kita lihat di kota-kota besar Indonesia terkhusus di kota Palembang, dimana popularitas masakan Jepang meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini terlihat dari banyaknya restoran yang ada, berdasarkan berita naranesia jumlah restoran sushi di kota Palembang mencapai 15 restoran seperti Sushi Tei, Sushi So, Ichiban Sushi, Zushioda, Jiro Ramen dan Sushi, Sakurakita, Nobu Bistro, Ten Ryori, Fugu Sushi, Koi ramen, Marugame Udon, Saka Bento, Matsuri Sushi dan Donburi, Kenzen Suki Yakiniiku, Yoshinoya (Afra, 2023). Kemudian ada restoran sushi yang baru buka di bulan Januari 2024 tepatnya di Palembang Indah Mall yaitu Hai Sushi. Jepang memiliki daya tarik budaya yang kuat, banyak Masyarakat Kota Palembang

tertarik dengan budaya Jepang seperti seni, musik, dan kuliner. Kota Palembang juga sebagai pusat perdagangan dan bisnis di Sumatera Selatan, yang juga menjadi tujuan wisata yang populer. Keberagaman budaya di kota ini menciptakan permintaan untuk berbagai jenis makanan, termasuk sushi Jepang. Restoran-restoran yang menyajikan sushi dapat memenuhi keinginan warga lokal dan wisatawan yang ingin mencoba hidangan internasional. Untuk menghadapi persaingan di pasar kuliner di Indonesia termasuk Palembang, restoran sushi Jepang melakukan adaptasi pada hidangan mereka.

Berdasarkan berita Palembang ekspress, Sushi So merupakan restoran sushi pertama di Palembang. Letaknya strategis di pinggir Jalan Rajawali, dekat dengan 2 hotel berbintang. Restoran ini terletak di lantai dua yang bernuansa duduk ala Jepang (Firdaus, 2023). Hal ini sesuai dengan hasil wawancara pendahuluan penulis dengan owner Sushi So yang bernama Serrin, yang menyatakan bahwa Sushi So sebagai restoran pertama di Palembang yang sudah buka dari tahun 2012 yang berarti sudah beroperasi selama 13 tahun. Hal yang menjadi tantangan bagi Sushi So yaitu harus mengambil supplier dari Jakarta karena pada saat itu belum ada supplier di Palembang. Sushi So juga ingin memperkenalkan sushi kepada masyarakat Palembang, namun sedikit merasa kesulitan dikarenakan orang Palembang sukanya makanan Indonesia (lokal) dan kebanyakan orang Indonesia termasuk Palembang tidak menyukai makanan mentah, ketika melihat makanan mentah merasa aneh atau asing karena belum terbiasa memakannya. Orang Indonesia lebih suka makanan "*bento*". *Bento* merupakan istilah bahasa Jepang untuk makanan bekal yang berisi nasi dan lauk-pauk dalam kemasan praktis yang isiannya dimasak terlebih dahulu dan disajikan secara menarik.

Pemilik Sushi So tersebut juga menyatakan bahwa peminat sushi mentah memang tidak banyak dan jika hanya ada menu tersebut maka restoran akan kurang laku dan sedikit pengunjungnya. Hal itu menjadi masalah dan kendala bagi Sushi So sendiri. Untuk

itu, adanya glokalisasi dengan cara menyesuaikan rasa masyarakat lokal (Palembang). Bahan yang dipakai harus yang disukai masyarakat Palembang yang sudah digoreng (matang) atau yang setengah matang. Kemudian sushi dimodifikasi seperti *chicken teriyaki roll* yang di atasnya menggunakan bawang goreng. Setelah dimodifikasinya sushi, pengunjung semakin banyak. Hal ini dibuktikan dengan naiknya rata-rata 40% pengunjung. Pengunjung yang datang di hari biasa sebanyak rata - rata 35 orang dan di akhir pekan sebanyak rata – rata 50 orang. Dengan jumlah pengunjung tersebut maka Restoran sushi so memperoleh jumlah omset dalam satu hari sebanyak 4,5 juta rupiah sehingga total omset berjumlah Rp1.642.500.000 pertahun. Keadaan ini berbeda dengan situasi sebelum dimodifikasinya sushi dengan jumlah pengunjung sebanyak 10 – 30 orang perhari, baik itu di hari biasa maupun di akhir pekan. (Data berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Serrin pemilik restoran Sushi So, 07 Mei 2024 Via Zoom).

Bumbu yang dipakai Sushi So juga disesuaikan rasanya seperti manis, asam, dan lebih *creamy*. Sedangkan saos Jepang lebih ke asin. Menu yang menjadi favorit bagi pengunjung juga sushi roll yang digoreng yaitu “*Cheese crab katsu roll*”. Sejak tahun 2012, bentuk sushi pertama di restoran sushi so seperti bentuk sushi roll biasa yang berbentuk bulat. Menu pertamanya bernama “*Sushi So Special Roll*” yang menjadi menu favorit bagi pengunjung Sushi So. Namun, bentuk sushi terlokalisasi pada tahun 2021 setelah renovasi restoran menjadi sushi dengan berbagai bentuk (divariasikan) seperti salmon yang berada diluar dan di dalamnya ada nasi atasannya kacang mete yang bernama “*Sushi mozarolla*”.

Kemudian bermunculan restoran sushi Jepang lainnya seperti Sushi Tei, Sakurakita dan restoran sushi lainnya yang hingga saat ini bertambah di Kota Palembang. Sakurakita didirikan secara online pada tahun 2013. Di tahun 2014 Sakurakita memiliki lokasi khusus berjualan offline. Umumnya sushi dibuat menggunakan *topping*. *Topping*

merupakan lapisan atas atau bisa disebut hiasan pada makanan sushi. Biasanya, sushi menggunakan *topping* mentah, namun di Sakurakita menawarkan sushi dengan *topping* dan bahan yang sudah dimasak agar disukai masyarakat. Seperti diberitakan oleh Kaganga, pemilik Sakurakita yang bernama Nisha Intan menjelaskan bahwa tidak semua orang menyukai makanan mentah, sehingga sushinya disesuaikan dengan selera masyarakat Palembang yaitu dengan bahan dimasak dengan rasa asin, pedas dan gurih. Restoran tersebut juga menawarkan sushi dengan cita rasa Indonesia seperti rendang roll, sambal matah roll, sate roll, sambalado roll, lempur roll, semur roll, dan rempah roll (Mardiansyah, 2021). Berikut contoh menu Glokalisasi Sushi di Kota Palembang :

Gambar 1. 1 Menu Glokalisasi Sushi



(Sumber : Sakura Kita)

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan glokalisasi pernah dilakukan oleh beberapa peneliti, namun lebih fokus pada penelitian tentang strategi glokalisasi pada strategi komunikasi (Sayogi, 2013) dan marketing (Elvina & Lestari, 2022). Salah satunya dalam penelitian terkait sushi dalam karya Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Ichiban Sushi Di Palembang Trade Center oleh Cindy Elvina dan Retno Budi Lestari (2022) yang membuktikan bahwa kualitas dari sushi terbukti baik dan masyarakat merasa puas akan

hal tersebut. Oleh karena itu, penelitian sebelumnya belum mengeksplorasi tentang glokalisasi sushi secara spesifik.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, fenomena glokalisasi sushi Jepang menjadi salah satu fenomena dalam Hubungan Internasional. Jika dilihat pada definisi hubungan internasional, McClelland menjelaskan bahwa hubungan internasional merupakan studi tentang interaksi antara jenis entitas sosial tertentu termasuk studi tentang keadaan relevan di sekitar interaksi tersebut. Hubungan internasional mencakup semua jenis interaksi antara masyarakat dan negara, baik yang dilakukan oleh pemerintah maupun individu (Setiawan, 2021). Pada proses glokalisasi, kaitannya dengan hubungan internasional adalah ketika glokalisasi berhasil maka kedua negara dapat saling diuntungkan karena adanya interaksi yang menjalankan pasar global. Interaksi tersebut meliputi relasi ekspor-impor antar negara, selain itu pada sektor pariwisata, Indonesia dapat diuntungkan karena kehadiran turis manca negara terutama turis dari Jepang yang memiliki tempat untuk mengonsumsi makanan khas mereka dengan cita rasa lokal Indonesia sehingga menjadi pembeda dari negara asal dan negara tujuan. Terakhir, melalui media kuliner pada akhirnya akan semakin mempererat hubungan antar negara. Berkaitan dengan hal ini, glokalisasi sushi Jepang di Indonesia merupakan salah satu hasil interaksi dari hubungan antar negara. Sehingga dapat dikatakan bahwa glokalisasi berkaitan dengan studi Ilmu Hubungan Internasional.

Pada konteks kuliner global, glokalisasi mendorong penyebaran budaya kuliner ke seluruh dunia. Pada konteks penyebaran sushi Jepang di Indonesia dapat dipahami bahwa arus glokalisasi dapat membawa budaya pada aspek kuliner. Namun, penyebaran tersebut terdapat salah satu konsekuensi dimana setiap negara membawa kondisi budaya yang berbeda. Pada konteks glokalisasi kuliner sushi Jepang di Indonesia diketahui bahwa ternyata orang Indonesia tidak menyukai makanan mentah khususnya makanan dari

bahan ikan, sementara itu sushi khas makanan Jepang ini tersaji dengan bahan ikan mentah, menyajikan menu sushi yang mentah juga membuat restoran menjadi kurang laku sehingga peneliti ingin mengetahui bagaimana upaya dari perintis sushi untuk mengubah tekstur makanan mentah menjadi makanan yang akan diminati oleh lidahnya orang Palembang yang tidak suka dengan makanan mentah tersebut. Hal itu menjadi tantangan bagi pebisnis Sushi. Oleh karena itu, penulis akan meneliti proses glokalisasi kuliner sushi di Palembang.

1.2 Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, untuk itu penulis menarik rumusan masalah dari penelitian ini, yaitu: “Bagaimana Glokalisasi Kuliner Sushi Jepang Pada Masyarakat Kota Palembang?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana fenomena glokalisasi sushi Jepang pada sektor kuliner di Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat teoritis

Diharapkan bahwa penelitian ini akan membantu penulis mendapatkan referensi akademis untuk literatur studi Hubungan Internasional. Ini juga akan berguna untuk penelitian tambahan tentang masalah yang sama. Sehingga dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya yang akan menggunakannya sebagai bahan perbandingan dengan penelitian yang sama atau sejenis, serta untuk mempelajari aspek-aspek yang belum ditemukan dalam penelitian ini untuk dieksplorasi dalam penelitian yang akan datang.

1.4.2 Manfaat praktis

- a. Penelitian ini diharapkan menjadi landasan keilmuan bagi subjek hubungan internasional dalam memahami keberlangsungan pasar global.
- b. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan bagi praktisi FnB (*food and beverage*) dalam menerapkan glocalisasi.
- c. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan informasi kepada pembaca tentang fenomena glocalisasi kuliner secara umum di Indonesia.
- d. Penelitian ini diharapkan menjadi informasi bagi aktor internasional yang terlibat dalam proses glocalisasi di Kota Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afra. (2023). *15 Restoran Jepang di Palembang*. Naranesia.Tv. <https://www.naranesia.tv/2023/09/15-restoran-jepang-di-palembang.html>
- Brand Story of Tom Sushi. (2024). Sushi Tei Group. <https://sushiteigroup.co.id/brands/tom-sushi>
- Cwiertka, K. (2005). *From ethnic to hip: Circuits of Japanese cuisine in Europe. Food and Foodways*,. 4(13).
- Elvina, C., & Lestari, R. B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Ichiban Sushi Di Palembang Trade Center. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(2), 128–141. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i2.2315>
- Farrer, J. (2015). The globalization of Asian cuisines: Transnational networks and culinary contact zones. *Journal of Asian Studies*, 74(4).
- Firdaus. (2023). *Bukan Hoka-Hoka Bento! Ini Dia Restoran Jepang Pertama di Palembang, Dekat 2 Hotel Berbintang, Ini Alamatnya*. Palpres.Com. <https://palpres.disway.id/read/685919/bukan-hoka-hoka-bento-ini-dia-restoran-jepang-pertama-di-palembang-dekat-2-hotel-berbintang-ini-alamatnya/30>
- Hartanto, H. (2018). Strategi Perusahaan Multinasional Di Era Globalisasi (Studi Kasus Glokalisasi Dalam Ekspansi “Indomie” Ke Pasar Timur Tengah Dan Afrika). *Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 3(5), 681–692. <https://doi.org/10.47313/pp1.v3i5.400>
- Herman, S., Saputra, R. A., IRLANE MAIA DE OLIVEIRA, Rahmat, A. Y., Syahbanu, I., Rudiyanasyah, R., Sri Aprilia and Nasrul Arahman, Aprilia, S., Rosnelly, C. M., Ramadhani, S., Novarina, L., Arahman, N., Aprilia, S., Maimun, T., Jihannisa, R. (2019). Fenomena Glokalisasi Pada Produk Bakso Boedjangan Di Kota Malang. *Jurusan Teknik Kimia USU*, 3(1), 18–23.
- HILL, H. (2000). *The Indonesian Economy*. Cambridge University Press.
- Jariah, Y. A. (2021). *Mcdonald's Dalam Menggunakan Glokalisasi Sebagai Metode Ekspansi Kapital Dalam Aktivasnya Di Kota Makassar*. 52.
- Jerome Polin. (2022). *Wasedaboys Kaget Coba Mukbang Sushi Ala Indonesia | Indonesia Trip*. Youtube. https://youtu.be/JjR0EATURTE?si=8vs3Ln4P_O5GGxo0
- John Tomlinson. (1999). *Globalization and Culture*. University of Chicago Press.
- Janson, R. (2023). *Lebih Enak Kerja Di Indonesia! With Chef Hideki Fujiwara*.

- https://youtu.be/rTQ_VFUgnwM?si=kT-tWogQJPBNVwSn
- Karamy, K. N. (2022). Analisis Glocalisasi Starbucks di Indonesia dalam Perspektif Neoliberalisme. *Airlangga University, July*.
- Kenichi Ohmae. (1990). *The Borderless World: Power and Strategy in the Interlinked Economy*. Harper Business.
- Kenji. (2023). *Orang Jepang Makan Sushi Indonesia Untuk Pertama Kalinya*. Tiktok. <https://vt.tiktok.com/ZS2k8Wr3E/>
- Kurniawan, & Ridho. (2017). Consumption of Japanese Food in Indonesia: Between Tradition and Culinary Soft Power. No Title. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*.
- Mardiansyah, R. (2021). *Sakura Kita Hadirkan Menu Sushi Masak Sesuai Lidah Orang Palembang*. Kaganga.Com. <https://www.kaganga.com/healthy-lifestyle/view/sakura-kita-hadirkan-menu-sushi-masak-sesuai-lidah-orang-palembang.html>
- Nadhira, R. (2022). *Mengenal Restoran Jepang Kikugawa*. <https://www.hipwee.com/list/mengenal-kikugawa-restoran-jepang-pertama-di-indonesia/>
- Nanien Yuniar. (2018). *Kesalahan umum saat makan sushi*. <https://www.antaranews.com/berita/700082/kesalahan-umum-saat-makan-sushi%0A%0A>
- Nishioka, K. (2024). *Sushi Pizza*. Taste Atlas. <https://www.tasteatlas.com/sushi-pizza>
- Nova. (2018). *Yuk, Buat Sushi Bareng Sahabat, Ada Trik Khusus dari Chef Asal Jepang*. <https://nova.grid.id/read/05671096/yuk-buat-sushi-bareng-sahabat-ada-trik-khusus-dari-chef-asal-jepang>
- Noviana, F., Trahutami, S., ANR, E. I. H., & Rosliana, L. (2017). Pelatihan Membuat Sushi Sebagai Salah Satu Upaya Mencetak Wirausahawan. *Harmoni, 1*(1), 2–3.
- Nuran Wibisono. (2017). *Makanan Jepang Menyerbu Indonesia*. Tirto.Id. <https://tirto.id/makanan-jepang-menyerbu-indonesia-cmlt>
- Ono, J. (n.d.). “*The World of Sushi*.”
- Pangestu, M. E. (2013). *The Indonesia Creative Economy: Challenges and Opportunities. Creative Economy Report*.
- Robertson, & Giulianotti. (2007). Forms of Glocalization : Globalization and the Migration Strategies of Scottish Football Fans in North America Introduction : Glocalization - Constructing the Local. 41(1), 133–152.

- <https://www.jstor.org/stable/428569>. *https://www.jstor.org/stable/428569*. 41(1), 133–152.
- Ritzer. (1996). *The Globalization of Nothing*. 51–81.
- Robertson, R. (1985). The Japan and Global Village. *Sage Journal*, 12(4).
- Robertson, R. (1992). *Globalization: Social theory and global culture*. London: Sage, 16.
- Robertson, R. (1995). “Glocalization: Time-Space and Homogeneity Heterogeneity.” *London: Sage*.
- Robertson, R. (2012). Globalisation or glocalisation? *Journal of International Communication*, 18(2), 191–208. <https://doi.org/10.1080/13216597.2012.709925>
- Roudometof, V. (2016). Theorizing glocalization: Three interpretations. *European Journal of Social Theory*, 19(3), 391–408. <https://doi.org/10.1177/1368431015605443>
- Roudometof, V. (2020). The COVID-19 pandemic as a global glocalization event. *Glocalism: Journal of Culture, Politics and Innovation*.
- Roudometof, V. (2016). Glocalization: A Critical Introduction. *Journal of University of Cyprus*.
- Sakura Kita. (2024). Instagram. <https://www.instagram.com/sakurakita?igsh=MWpibTFtbGVozDEzOQ==>
- Sayogi, Y. (2013). Analisis Glokalisasi Perusahaan Multinational Sebagai Bentuk Strategi Komunikasi Terhadap Kaum Bridgehead (Studi Kasus McDonald’s dan Mahasiswa Universitas Indonesia). *Universitas Indonesia*.
- Setiawan, A. (2021). Pengantar Hubungan Internasional. *Repository UMJ*, 125. http://repository.umj.ac.id/6800/1/DIKTAT_PENGANTAR_HI.pdf
- Sukma, B. (2017). Strategi Pengembangan Pariwisata Kota Palembang. *Jurnal Administrasi Publik*, 5(1).
- Sushi Yay. (2024). Instagram. <https://www.instagram.com/sushiyay.id?igsh=MXhmaGZ5Y2h2ZWg4dA==>
- Sushi Yay. (2022). *Sushi dimakan pakai tangan atau sumpit?* Instagram. <https://www.instagram.com/reel/Cfc4y1bBV9J/?igsh=aW5samozejZ6bDJ0>
- Sutanto, A. (2003). Globalisasi, Glokalisasi, dan Kearifan Lokal. *Journal Mimbar Hukum*, 15(3).
- Tom Sushi. (2024). Instagram. <https://www.instagram.com/tomsushiidn?igsh=MXIxOXZ3amx1MjczdA==>
- Tomohiro Yamashita. (2023). *Beneran Enak?? Orang Jepang Review Jujur Sushi Mahal Di*

Indonesia! Youtube. https://youtu.be/_HAcBskkxRU?si=Tl8jguoXhsgKAp6r

Trahutami, S. W. I. (2018). Sushi : Sebuah Tradisi Dalam Modernitas. *Kiryoku*, 2(2), 103.
<https://doi.org/10.14710/kiryoku.v2i2.103-109>

Yusuke. (2022). *Approved By Orang Jepang? Coba Review Sushi Terkenal Di Indonesia.*
Youtube. <https://youtu.be/2lTuWyNUY-o?si=diyHaEMFgC1gNbhT>