

BUDAYA KULINER INDIA MARTABAK HAR DALAM GLOKALISASI MASYARAKAT KOTA PALEMBANG

Fachruddin Aidil Fitri¹, Desy Misnawati².

1)Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma

2)Dosen Ilmu Komunikasi Universita Bina Darma

Jl Jend A.Yani No.12 Plaju, Palembang 30264

Email : 1)Mrf2901@yahoo.com2)desymisnawati982@gmail.com

Abstract : *The purpose of this study is to examine the glocalization that is carried out by the culinary business of HAR Palembang's martabak in maintaining its existence. The concept of glocalization emphasizes the problem of how global processes that are built by local application, interpretation and adaptation occur in a dynamic and complex interrelation between fatigue. This research method is a qualitative approach to interview, observation, documentation, literature study. Subjects in this study consisted of business actors as the main informant and two supporting informants as consumers using Ronald Robertson's theory of glocalization as a theoretical basis for the research entitled Glocalization of Martabak HAR Palembang Culinary Business in Maintaining Existence. With five units of analysis on each object, namely glocalization on the menu, glocalization in place settings, and glocalization of the consumptive to productive process. The research focuses on the question "How glocalization occurs in the culinary business of HAR Palembang martabak in maintaining its existence?". The results showed that glocalization in the culinary business of HAR martabak is inseparable from economic / business interests, namely how the culinary business attracts people's interest. And the existence of glocalization carried out by HAR's martabak culinary business with the existence it has to date, with efforts to glocalize both on the menu, setting the place, and the consumptive to productive process makes HAR Palembang martabak still exist in the culinary scene and as a typical culinary of Palembang city.*

Keywords: *Globalization, Glocalization, Martabak HAR Palembang.*

Abstrak : *Tujuan dari penelitian ini mengkaji tentang glocalisasi yang dilakukan bisnis kuliner martabak HAR Palembang dalam mempertahankan eksistensi. Konsep glocalisasi menekankan pada persoalan bagaimana proses-proses global dipengaruhi oleh penerapan, tafsiran, dan adaptasi lokal sehingga terjadi tarik-tolak atau saling terpengaruh yang dinamis dan kompleks di antara keduanya. Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif wawancara, observasi, dokumentasi, studi kepustakaan. Subjek pada penelitian ini terdiri dari Pelaku usaha sebagai informan utama dan dua informan pendukung sebagai konsumen dengan menggunakan teori glocalisasi ronald robertson sebagai landasan teori dari penelitian yang berjudul Glokalisasi Bisnis Kuliner Martabak HAR Palembang Dalam Mempertahankan Eksistensi. Dengan lima unit analisis pada masing-masing objek yakni glocalisasi pada menu, glocalisasi pada setting tempat, dan glocalisasi proses konsumtif ke produktif. Penelitian ini fokus pada pertanyaan "Bagaimana glocalisasi yang terjadi pada bisnis kuliner martabak HAR Palembang dalam mempertahankan eksistensi?". Hasil penelitian menunjukkan bahwa glocalisasi pada bisnis kuliner martabak HAR tidak terlepas dari kepentingan ekonomi / bisnis, yakni bagaimana bisnis kuliner menarik minat beli masyarakat. Dan adanya korelasi antara glocalisasi yang dilakukan bisnis kuliner martabak HAR dengan eksistensi yang dimiliki sampai saat ini, dengan adanya upaya glocalisasi baik pada menu, setting tempat, dan proses konsumtif ke produktif menjadikan martabak HAR Palembang tetap eksis di kancah perkulineran dan sebagai kuliner khas kota Palembang.*

Kata kunci: *masimal 6 kata, dipisahkan dengan tanda koma.(dalam bahasa Indoensia)*

1. PENDAHULUAN

“Palembang sebagai ibu kota Sumatera Selatan memiliki beraneka ragam makanan khas nya. Jenis-jenis makanan khas ini terus berkembang sesuai dengan perkembangan jaman dan tuntutan masyarakat Palembang terhadap makanan. Salah satunya ialah Martabak HAR, makan yang identik dengan India ini dibawa oleh H Abdul Rozaq yang merupakan warga negara Hindia yang merantau ke wilayah Palembang Martabak HAR Palembang. Pada awalnya ia membuat martabak HAR karna rasa kerinduannya terhadap negara asalnya tersebut. Dan kini martabak HAR menjadi makanan khas Palembang yang menjadi salah satu paling favorit selain pempek.

Martabak HAR selalu dicari banyak penikmatnya tak terkecuali wisatawan luar kota. Ciri khas Martabak HAR yakni diisi dengan dua buah telur, bisa ayam atau bebek-, lalu diberi irisan daging, tanpa menggunakan daun bawang yang digunakan pada martabak biasa. Istimewanya hidangan yang satu ini disajikan bersama siraman kuah kari kental. Saat dimakan akan terasa gurihnya. Kentalnya kari disebabkan oleh kentang yang menjadi salah satu bahan pembuat kuah. Potongan-potongan daging pun menambah gurih si kuah berbumbu ini.

Awal mulanya Bapak H Abdul Rozaq hanya berdagang batu es di Jalan Kebumen. setelah beberapa tahun dagangannya mulai laris ia mulai merambah ke dunia bisnis Roti chanai. Dari yang dulunya hanya memakai gerobak berganti warteg dengan ukuran minim. Dari bisnis roti chanai tersebut beliau mulai membuka warung makan yang lebih besar lagi, yaitu martabak HAR. Setelah reformasi PT HAR sangat terkenal di wilayah Palembang. Begitu juga dengan H

Abdul Rozaq. Perusahaannya semakin banyak di lirik para kontraktor besar. (Sripoku.com, November 2018).

Namun sayangnya perusahaan tersebut hanya bertahan beberapa tahun, disebabkan H Abdul Rozaq semakin tua dan kesulitan menangani usahanya sendiri. Semakin hari kondisi kesehatan Bapak H. Abdul Rozaq semakin menurun, maka PT HAR semakin sulit terkendali. Tepat pada pada tahun 2001 H Abdul Rozaq menutup usianya di umur 91 tahun. Lalu usaha Rumah Makan HAR di teruskan oleh putranya yaitu Bapak H. Abu Bakar Rozaq. Dan sekarang Martabak HAR selain tetap eksis di industri kuliner juga memiliki beberapa cabang.

Hal tersebut lantaran Martabak HAR pasti memiliki perhatian ekstra untuk mempertahankan eksistensinya ditengah-tengah persaingan kuliner. Sebagai seorang kawakan dalam bidang bisnis, martabak HAR keberadaannya dimulai pada tahun 1947 hingga kini selain tetap eksis juga memiliki banyak cabang pasti memiliki strategi glokalisasi dalam mengkomunikasikan produknya agar dapat disukai dan diminati khalayak baik itu masyarakat kota Palembang maupun wisatawan dari luar kota, Berdasarkan latar belakang tersebut penulis ingin sekali mengungkap glokalisasi yang dilakukan bisnis kuliner Martabak Har Palembang dalam mempertahankan eksistensinya di industri kuliner.

Untuk sampai pada pengakuan “martabak HAR Palembang” atau “kuliner khas kota Palembang”. Haji Abdul Rozak melakukan penyesuaian-penyesuaian martabaknya dengan minat, selera, dan lidah masyarakat kota Palembang, yang

kemudian tindakan penyesuaian tersebut dikenal dengan “glokalisasi” martabak.

Seperti apa glokalisasi yang dilakukan Haji Abdul Rozak terhadap martabaknya, sehingga sampai saat ini martabak tersebut tetap eksis dengan perkembangannya, bahkan dikenal luas sampai keluar kota Palembang. Hal inilah yang menjadi focus penelitian penulis.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis ingin sekali mengungkap glokalisasi yang dilakukan bisnis kuliner Martabak Har Palembang dalam mempertahankan eksistensinya di industri kuliner.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Adapun yang dimaksud penelitian kualitatif yaitu penelitian yang memanfaatkan wawancara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan dan perilaku individu atau sekelompok orang. (Kriyantono, 2006:46).

2.1 PROFIL INFORMAN

Informan penelitian adalah orang atau pihak-pihak yang dijadikan sampel dalam sebuah penelitian. Subyek dari penelitian ini adalah Informan 1 (Satu) sebagai informan kunci selaku pemilik usaha kuliner martabak HAR informan 2

(Dua) selaku pekerja, informan 3 (Tiga) dan 4 (Empat) selaku konsumen sebagai informan pendukung.

Tabel 3.1 Profil Informan

| NO | Informan | Jenis Kelamin | Status |
|----|----------|---------------|---|
| 1 | 1 | Laki-laki | Pemilik bisnis kuliner Martabak HAR Palembang |
| 2 | 2 | Laki-laki | Pekerja |
| 3 | 3 | Laki-laki | Konsumen |
| 4 | 4 | Perempuan | Konsumen |

Sumber : Peneliti 2020

3. HASIL

3.1 Glokalisasi Pada Menu

Dengan berkembangnya kebutuhan masyarakat dan gaya hidup serba cepat masyarakat membuat restoran seperti Martabak HAR Palembang patut melakukan Glokalisasi pada Menu martabak yang ada untuk menyesuaikan dengan budaya lokal yang dalam hal ini adalah masyarakat kota Palembang.

Perubahan menu pada Martabak HAR merupakan salah satu contoh *glokalisasi*, baik dari segi menu yang bervariasi seperti martabak telur, martabak kambing, martabak sayur serta martabak spesial dan bumbu yang digunakan seperti cengkeh, kunyit, jinten dan lain-lain yang menggunakan bahan-bahan lokal menjadi daya

tarik dan kekuatan dari kuliner Martabak HAR sebagai kuliner Khas Palembang.

Berkembangnya kebutuhan masyarakat dan gaya hidup serba cepat, membuat pengelola Martabak HAR Palembang merasa dituntut melakukan glokalisasi. Perubahan menu pada martabak HAR merupakan salah satu dari glokalisasi martabak HAR, baik dari segi menu yang bervariasi seperti martabak spesial, telur ayam, telur kambing, sayur, dan bumbu yang digunakan seperti cengkeh, kunyit, jinten dan lain-lain yang menggunakan campuran bahan lokal menjadi daya tarik dari kekuatan Martabak HAR itu sendiri, seperti halnya yang dikemukakan abah H Abu Bakar Rozaq, "*Kalo ngebahas menu ya sudah pasti ada penyesuaian lidah pada masyarakat, awalnya martabak ini kan identik dengan India, jadi gimana caranya kita membuat martabak ini diterima bagi masyarakat kota Palembang, ya kita kreasikan bumbu-bumbunya itu dengan bumbu yang sudah tidak asing lagi bagi mereka, ya kayak rempah-rempah dan lain-lain*".

Penyesuaian menu dimaksud banyak dilakukan dengan cara mengkreasikan bumbu-bumbu martabak dengan bumbu yang tersedia banyak di Palembang dan sesuai dengan lidah orang Palembang. seperti cengkeh, jinten, bawang putih, bawang merah, dan lain-lain.

Dari segi bahan, informan 1 mengatakan; "*Pertama dari bahan kita gunakan bahan-bahan lokal yang dimana lidah orang kita ini sudah terbiasa, mulai dari telur ayam, telur bebek, sayur, dan macam macam bumbu kunyit, cengkeh gitu gitu lah, jadi menu tersebut bisa diterima sama orang kita.*"

Dapat disimpulkan bahwa H.Abdul Rozaq melakukan glokalisasi pada menu martabak, martabak yang idenya dari negara India, kemudian disesuaikan dengan lidah masyarakat lokal dengan menyisipkan bumbu dan rempah yang sudah tidak asing lagi bagi masyarakat kota Palembang, hal tersebut adalah salah satu faktor mengapa masyarakat kota Palembang dapat menerima martabak HAR dan menjadikannya sebagai pilihan untuk kulineran.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hal tersebut adalah salah satu faktor yang membuat martabak HAR bisa eksis di industri kuliner sampai sekarang. Ketika ditanya apakah pengunjung hanya orang-orang Palembang, jawabnya ternyata tidak. Pengunjung terbanyak memang dari Palembang tapi dari luar Palembang pun juga tidak sedikit, seperti yang dikemukakan Haji informan 1 berikut; "*tidak hanya orang kita Palembang saja yang datang menikmati martabak, orang luar Palembang pun tidak sedikit yang suka dan bahkan ada yang berkata; belum sempurna ke Palembang kalau belum makan pempek dan martabak HAR. Pokoknya yang selalu kita konsisten kan adalah kuah nya itu loh, karna orang-orang pada suka kuah kari kita yang khas.*"

Tidak hanya terhenti di masyarakat lokal, ternyata masyarakat luar kota Palembang atau wisatawan luar juga sering berkunjung untuk mencicipi martabak HAR tersebut, hal tersebut dapat penulis simpulkan berawal dari ide dan glokalisasi martabak HAR sehingga dapat diterima masyarakat kota Palembang dan sekarang dikenal sebagai makanan khas kota Palembang.

Karena informasi tentang martabak HAR ini sudah tersohor ke berbagai penjuru sehingga membuat para wisatawan luar juga tertarik dan berbondong-bondong ingin mencicipi martabak HAR tersebut. Jadi dapat disimpulkan glokalisasi dari martabak HAR Palembang tersebut berhasil mendapatkan minat konsumen, baik masyarakat lokal maupun wisatawan luar. Sama halnya seperti informan 2 yang mengatakan, *“Kita biasa menggunakan bahan yang sudah tidak asing lagi untuk masyarakat kota Palembang aja seperti cengkeh, kayu manis, ketumbar, kunyit nah nanti pas udah jadi kita sajikan cuka pake kecap asin terus di iris-iris cabe hijau tuh.”*

Penyesuaian terhadap bahan, bumbu dan menu tersebut tidak serta merta terjadi, hal tersebut sudah di pikirkan matang-matang oleh pemilik rumah makan martabak HAR Palembang dengan penyesuaian terhadap lidah dan selera masyarakat lokal kota Palembang, dengan bahan utama tepung terigu, ditambah beberapa bahan dan bumbu yang sudah tidak asing lagi dengan masyarakat kota Palembang seperti kunyit, cengkeh, kayu manis, ketumbar, yang membuat martabak tersebut dapat diterima bagi masyarakat kota Palembang, sehingga kita martabak HAR Palembang pun tidak hanya diterima namun tetap eksis di industri kuliner dan dikenal sebagai salah satu kuliner khas kota Palembang setelah pempek.

Tidak hanya bumbu dan bahan, dalam penyajian pun martabak HAR disuguhkan dengan mangkuk yang berisikan cuka, kecap asin dan irisan cabe hijau yang identik dengan masyarakat lokal kota Palembang, hal tersebut menguatkan rasa lokal yang ada, dengan kata lain pemilik rumah makan HAR Palembang berhasil mengkomunikasikan martabak yang identik

dengan india dengan glokalisasi pada cita rasa yang disesuaikan dengan masyarakat kota Palembang. Seperti yang dikatakan informan 3 selaku konsumen, bahwa rasa dari martabak HAR ini sangat berbeda dengan martabak-martabak yang dijual lainnya.

“Kalau untuk martabak ya karna kita suka dengan makanannya ya makanya jadi lumayan sering kesini sih tapi gak tiap minggu juga, gak bisa dibilang seberapa sering soalnya kalo pengen baru deh beli, yang pasti kalo mau beli martabak ya selalu kesini.”

Pengakuan informan 3 selaku konsumen ini membuktikan bahwa ia sendiri suka dengan martabak HAR, karena suka itulah yang membuat dia jadi sering berkunjung untuk menikmati martabak. Mengapa suka ? Jawabnya karena martabak HAR rasanya sangat berbeda dari martabak-martabak lainnya, seperti yang dia katakan; *“Tapi HAR tu martabaknya beda banget ama martabak martabak yang dijual warung makan yang lain, bumbunya tuh khas banget rasanya, makanya walaupun harganya memang relatif agak mahal dari yang lain, tapi worth it sih menurutku, apalagi orang luar kota Palembang kalo main ke sini harus coba martabak HAR nih.”*

Hampir sama halnya dengan informan ke 4, juga mengatakan bahwa perbedaan cita rasa yang dirasakan di martabak HAR dengan martabak yang lain juga memang sangat berbeda, mulai dari rasa, kuah dan tekstur martabaknya menjadikan martabak HAR ini lebih unggul. *“Walaupun memang aku suka makan martabak yang lain juga ya tapi kalo di compare rasanya jauh berbeda, kuah kari martabak HAR ini kayak ada bumbu khusus gitu loh kentelnya gitu gitu jadi bikin nendang di lidah, makanya*

saya kalo seminggu tu adalah sekali mesen martabak HAR buat makan di kantor bareng temen temen juga." Berdasarkan hasil dari wawancara tersebut, penulis menyimpulkan bahwa glocalisasi yang dilakukan pada menu dengan menggunakan rempah-rempah lokal dan dibuat sedemikian rupa agar pas di lidah masyarakat kota Palembang oleh restoran martabak HAR Palembang, yang dari awal yang kita tahu bahwa martabak itu identik dengan negara India, berhasil membuat produk martabak ini diterima oleh masyarakat kota Palembang, bahkan sampai digadang-gadang sebagai makanan khas favorit kota Palembang setelah Pempek.

3.2 Glocalisasi Pada Setting Tempat

Globalisasi yang semakin terus berkembang membuat teknologi dan komunikasi ikut masuk kesetiap plosok-plosok daerah diberbagai belahan dunia. Hal ini membuat manusia sudah terbiasa dengan banyaknya perubahan dan kemajuan yang terjadi akibat globalisasi itu sendiri.

Misnawati (2017:1) Dalam disertasi (Kuliner Sebagai Simbol Komunikasi) mengatakan, pertemuan antara masyarakat yang masih memegang identitas aslinya dengan nilai-nilai yang masuk akibat globalisasi menghadirkan fenomena dimana masyarakat kota Palembang saat ini dapat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh globalisasi, layaknya hubungan antara struktur dan agen dalam konstruktivisme.

Budaya makan Martabak HAR Palembang sudah banyak dipengaruhi oleh budaya global. Sekarang makan Martabak HAR tidak perlu datang ke Restoran, cukup dengan

pesan dan antar dengan agen pengiriman. Dengan globalisasi menjadi proses dimana masyarakat semakin terhubung satu sama lain. *"Kita bekerja sama dengan agen pengiriman, supaya konsumen yang berlokasi lumayan jauh juga bisa menikmati martabak hanya dengan pesan antar, jadi gak perlu repot repot ke sini, terkadang kita juga dapet pesanan dari luar kota gitu gitu, walaupun lebih dominan konsumen yang datang ke sini sih, ujar informan 1."*

Pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa bisnis kuliner martabak HAR Palembang, melakukan glocalisasi pada setting tempat, yang dimana kita tahu dulu makan kuliner harus datang langsung ke tempat, sekarang dengan berkembangnya teknologi makan kuliner martabak HAR tidak harus datang ketempat melainkan memesan melalui agen pengiriman, Misnawati (2017:1) Dalam disertasi (Kuliner Sebagai Simbol Komunikasi) mengatakan, pertemuan antara masyarakat yang masih memegang identitas aslinya dengan nilai-nilai yang masuk akibat globalisasi menghadirkan fenomena dimana masyarakat kota Palembang saat ini dapat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh globalisasi, layaknya hubungan antara struktur dan agen dalam konstruktivisme.

Standarisasi dalam melaksanakan strategi global menurut Misnawati (2017) adalah dengan membawa elemen global inti dan melokalisasi elemen lainnya. Berdasarkan konsep glocalisasi yang diterapkan di Palembang baik oleh perusahaan atau industri rumahan dalam rangka mempertahankan eksistensi bisnis kuliner serta identitas kebudayaannya, melalui penerapan konsep glocalisasi mampu mencapai tujuan dan kepentingan daerahnya dalam bidang ekonomi,

dengan tidak meninggalkan atau tetap mempertahankan selera lokal budaya setempat.

Informan 4 mengatakan bahwa, dengan adanya agen pesan antar, sangat mempermudah dirinya dan rekan rekan kerjanya. *“Dengan adanya agen pengiriman seperti gofood dan grabfood ini sangat amat membantu sih, apalagi kan saya kantoran tuh, kalo misalnya lagi ada rapat atau tamu luar bahkan kalo lagi pengen biasanya kita suka pesen melalui go food, gak ribet ribet, tapi kalo untuk family time biasanya kalo lagi pengen makan martabak kita langsung datang kesini menurutku sangat baik deh dengan adanya fitur fitur gituan.”*

3.3 Glokalisasi Proses Konsumtif Ke Produktif

Perubahan dalam teknologi informasi telah merubah budaya sebagian masyarakat dunia terutama yang tinggal di perkotaan. Masyarakat perkotaan yang memiliki akses terhadap informasi, dan kelompok masyarakat yang langsung terkena pengaruh budaya global. Melalui media massa berbagai teknologi yang sudah tersedia, sehingga memberikan kemudahan pada masyarakat dalam menentukan gaya hidup yang diinginkan (Nugroho,2003:8).

Menurut carolyn (2007:17) makanan merupakan terminologi diri untuk mengontuksikan subjek melalui aturan-aturan, nilai, ideal-ideal. Makanan merupakan cara memproduksi pengetahuan, yang pada akhirnya melahirkan peradaban.

Martabak HAR adalah salah satu kuliner yang terkenal di Kota Palembang, hal ini merupakan salah satu faktor penyebab

masyarakat di Palembang merubah pola pikir mengedepankan industri kulinernya, Martabak HAR saat ini telah berubah dari konsumtif menjadi produktif, artinya Martabak HAR saat ini bukan hanya makanan yang dimaknai sebagai kegiatan konsumtif tetapi telah berubah menjadi kegiatan produktif, makanan memunculkan gagasan tentang nilai, moralitas, kepercayaan, aturan dan memberikan inspirasi Misnawati (2017:107).

“Tidak jarang dari instansi instansi tertentu memesan martabak dengan jumlah bannyak untuk jamuan atau pun acara-acara tertentu seperti nikahan, dan lain sebagainya, ujar informan 1.”

Pernyataan tersebut membenarkan adanya pergeseran dari proses konsumtif ke produktif, yang artinya martabak HAR saat ini bukan hanya sebagai makanan yang dimaknai sebagai kegiatan konsumtif tetapi telah berubah menjadi kegiatan produktif, makanan memunculkan gagasan tentang nilai, moralitas, kepercayaan, aturan dan memberikan inspirasi, Misnawati(2017:107).

Makanan menjadi alat bagi manusia untuk mengarahkan atau mengatur manusia lain dalam suatu relasi sosial, sebagai contoh martabak HAR dijadikan jamuan makan di kantor walikota Palembang sebagai suatu cara untuk menjalin relasi demi keuntungan bisnis, ketimbang memuaskan selera atau memenuhi kebutuhan fisiologis, begitu pula ketika martabak HAR tersebut dijadikan suatu konten untuk siaran Televisi ataupun youtube, dengan adanya hal tersebut martabak HAR Palembang mendapat spot untuk mempertahankan eksistensinya di industri kuliner.

Sama halnya dengan informan 2 mengatakan, "*Terkadang untuk jamuan-jamuan seperti rapat kantor, nikahan, acara-acara gitu, kadang juga ada youtuber yang suka buat konten tentang kuliner daerah gitu, waktu itu juga ada acara TV yang buat konten tentang kuliner, tak jarang juga ada tourist yang datang.*"

Pernyataan-pernyataan diatas dapat penulis simpulkan, bahwa terjadinya glokalisasi pada proses konsumtif ke produktif, hal tersebut secara tidak langsung juga mengangkat eksistensi martabak HAR Palembang, dengan adanya proses produktif martabak HAR dijadikan sebagai jamuan atau cara berelasi, glokalisasi proses konsumtif ke produktif juga menjadi salah satu factor yang menjadikan martabak HAR eksis di industri perkulineran.

Seperti yang di katakan informan 4 "*Saya sendiri kerja kan di kantor, dan kadang kali kita menjamu tamu tamu penting datang ke kantor, biasanya tamu dari luar, ataupun relasi kantor, kita biasanya menyajikan makanan yang identik dengan kota Palembang, sering kita pesen martabak tuh buat menjamu tamu atau relasi dari luar.*"

Terlihat dari jawaban informan 4 tersebut bahwa ia tidak hanya menggunakan martabak hanya untuk melegakan nafsu saja, martabak juga ia gunakan sebagai alat untuk berelasi dengan rekan kerja seperti jamuan, dalam hal ini martabak tidak hanya sebagai makanan konsumtif tetapi produktif. Begitu pun informan lain, Syamsul juga menjelaskan bahwa keluarganya pernah memesan martabak untuk acara kawinan sebagai jamuan untuk para tamu undangan.

"Sempet kemaren keluargaku pesen untuk nikahan tanteku, dia nikah dengan orang Chinese dan keluarga besan nya pengen ada martabak di jamuan nya, jadilah tu pesen untuk acara kawinan, sebagai makanan pembuka gitu gitu, banyak tamunya juga orang-orang chinese jadi mungkin mereka agak asing dengan makanan martabak ini."

Kedua pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa Martabak HAR saat ini juga dianggap bukan hanya mkanan yang dimaknai sebagai kegiatan konsumtif tetapi telah berubah menjadi kegiatan produktif, makanan memunculkan tentang gagasan tentang nilai, moralitas dan sebagai strategi dalam berelasi, disisi lain dengan adanya glokalisasi dari proses konsumtif ke produktif, Martabak HAR semakin dikenal dan tetap eksis di dunia perkulineran.

3.4 Kaitan Teori Glokalisasi Dengan Glokalisasi Bisnis Kuliner Martabak HAR Palembang Dalam Mempertahankan Eksistensi

Teori glokalisasi (*glocalization*) pertama kali dicetuskan oleh Ronald Robertson seorang pakar sosiologi, istilah ini merupakan perpaduan antara istilah globalisasi dan lokalisasi. Sederhananya glokalisasi adalah sesuatu yang global yang di interpretasikan dengan nilai lokal, (Robertson 1995 dalam Habibul Haque Khondker 2004).

Asumsi teori glokalisasi ialah melihat individu dan kelompok-kelompok lokal sebagai agen penting dan kreatif. Glokalisasi juga digambarkan oleh Robertson (2001) dalam (Suyanto, 2013). sebagai proses sosial yang

rasional dan saling berkaitan. Robertson (2001) juga memandang komoditas dan media bukan sebagai agen koersif, melainkan sebagai penyedia bahan yang digunakan dalam individu atau kelompok dalam menciptakan glocalized seluruh wilayah di dunia (Suyanto,2013).

Dalam hal ini ialah martabak HAR Palembang, H.Abdul Rozaq selaku pendiri martabak HAR Palembang, menganggap masyarakat kota Palembang sebagai agen penting dan kreatif dalam kreasi martabak HAR, berawal dari ide martabak yang berasal dari negara India, martabak dikreasikan dengan bumbu dan rempah yang sudah tidak asing lagi bagi masyarakat lokal kota Palembang, sehingga martabak HAR dapat dikreasikan dan disesuaikan dengan minat masyarakat kota Palembang.

Konsep glocalisasi ialah menjelaskan adanya interaksi antara dimensi global dan lokal dalam berbagai strategi baik pada politik dan pemerintahan, bisnis dan marketing maupun media dan komunikasi strategi. Bisa dibilang glocalisasi adalah efek dari globalisasi. Agar nilai-nilai global yang biasanya berasal dari budaya barat dapat dengan mudah diterima dengan mudah oleh masyarakat negara lain oleh karena itu kebudayaan tersebut disisipi dengan nilai-nilai lokal sehingga terjadi semacam percampuran kebudayaan. Standarisasi dalam melaksanakan strategi glocal adalah dengan membawa elemen global inti dan melokalisasi elemen lainnya, berdasarkan konsep glocal yang diterapkan Martabak HAR Palembang dalam rangka memperlancar pemasaran produknya ataupun mempertahankan identitas kebudayaan. Melalui penerapan konsep *glocalisasi* mampu mempertahankan eksistensinya di bidang kuliner.

4. SIMPULAN

Simpulan dalam penelitian ini menunjukkan adanya korelasi positif antara glocalisasi sebagai strategi komunikasi Martabak HAR Palembang dalam mempertahankan eksistensinya di industri kuliner. Adaptasi yang dilakukan untuk menyesuaikan dengan kondisi kultural masyarakat lokal akan mendorong adanya motivasi serta *perceived image* yang positif. Tentunya hal ini mempunyai implikasi kepada tingkat penjualan produk yang ditawarkan oleh bisnis kuliner martabak HAR Palembang.

Glocalisasi ini sendiri tentunya tidak serta merta meninggalkan standar global yang sudah ditentukan. Dengan melakukan kombinasi yang seimbang antara kualitas internasional dengan beberapa aspek lokal sebagai *additional values* yang diberikan, martabak HAR Palembang akan mampu mendapatkan tempat di masyarakat dan mempertahankan eksistensinya.

Berdasarkan dari hasil pengamatan yang dilakukan, terjadi 3 unsur glocalisasi yang diterapkan di bisnis kuliner martabak HAR tersebut, diantaranya ialah glocalisasi pada menu yang notabennya ide martabak HAR tersebut dibawa dari negara India kemudian di kreasikan dan di sesuaikan dengan lidah dan selera masyarakat lokal kota Palembang, kemudian glocalisasi pada setting tempat, yang mana budaya makan kuliner telah dipengaruhi oleh budaya global dan glocalisasi proses konsumtif ke produktif yang mana makanan bukan hanya dijadikan sebagai kebutuhan

konsumsi namun cara atau strategi dalam berelaisai.

Haji Abdul Rozaq melakukan Glokalisasi pada menu martabak, setting tempat dan proses konsumtif ke produktif. Beliau mengkomunikasikan martabaknya melalui cita rasa yang ia sajikan kepada masyarakat kota Palembang, glokalisasi ini sendiri tentunya tidak serta merta meninggalkan standar global yang sudah ditentukan. Dengan melakukan kombinasi yang seimbang antara kualitas internasional dengan beberapa aspek lokal sebagai additional values yang diberikan, martabak HAR Palembang akan mampu mendapatkan tempat di masyarakat dan mempertahankan eksistensinya.

DAFTAR RUJUKAN

- Carolyn Kisner Lynn Allen Cokby. 2007. *Therapeutic Exercise*, Fifth Edition. Philadelphia : F.A. Davis Company.
- Misnawati, 2017. *Kuliner Sebagai Simbol Komunikasi*. Disertasi Pada Program Pascasarjana Universitas Padjadjaran Bandung 2017.
- Mulyana, Deddy, 2001. *Komunikasi Antar Budaya : Panduan Berkomunikasi Dengan Orang-orang Berbeda Budaya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya Offset, Bandung.
- Nugroho J. Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen : Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Pranada Media. Bandung.
- Rahayu. 2004. *Observasi Dan Wawancara*, Bayumedia. Malang.
- Sugiono, 2011. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Alfabeta. Bandung.
- Suyanto, 2013. *Sosiologi Ekonomi: Kajian Tentang Kapitalisme Dan Konsumsi Di Era Masyarakat Post-Industrial: Pranada Media*.
- Jurnal :**
- Habibul Haque Khondker. 2004. *Glocalization As Globalization: Evolution Of Sociological Concept*. *Bangladesh Journal Of Sociology*, Vol.1. No.2. July,2004.
- Internet :
- <https://palembang.tribunnews.com/2018/11/30/s-ejarah-martabak-har-palembang-asal-usul-lokasi-membeli-martabak-har-kuah-karinya-bikin-rindu?page=1>
(Diakses Pada 29 Oktober 2019).
- <https://id.wikipedia.org/wiki/Keberadaan>
(Diakses Pada 27 Oktober 2019).
- Shaleh, *et all*. 2004. *Pengertian Minat*. Diakses pada tanggal 15 Desember 2013. <http://www.sarjanaku.com/2012/12/pengertian-minat-menurut-para-ahli.html>