

GLOKALISASI DI DALAM BISNIS KULINER

**(Studi Kasus pada Waralaba Korean Barbeque Beken Mirae Cabang Galaxy
Bekasi)**

Ghaitsa Rizky Azka
1406621048

Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

ABSTRAK

Ghaitsa Rizky Azka, Glokalisasi di dalam Bisnis Kuliner (Studi Kasus pada Waralaba Korean BBQ Beken Mirae Cabang Galaxy Bekasi), Skripsi, Jakarta: Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta, 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis kuliner Korean BBQ di Beken Mirae BBQ sebagai bagian dari bisnis kuliner *Asian Cuisine* dengan konsep *fusion* serta mengeksplorasi proses glokalisasi dalam bisnis kuliner lokal. Hasil penelitian yang telah ditemukan akan dianalisis menggunakan konsep glokalisasi dari Roland Robertson yang diterapkan dalam konteks bisnis kuliner.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan September 2024 hingga Januari 2025 di Beken Mirae BBQ cabang Galaxy Bekasi yang berlokasi di Jl. Taman Galaxy Raya Blok H No. 24, Jakasetia, Bekasi. Subjek penelitian ini terdiri dari 6 orang yang terdiri dari 1 manajer operasional, 1 supervisor, 1 bagian kitchen Beken Mirae BBQ, 1 pelayan Beken Mirae BBQ, 1 bagian marketing Beken Mirae BBQ, dan 1 chef Beken Mirae BBQ. Pengambilan data dilakukan melalui wawancara bersama informan, observasi di lokasi penelitian, dokumentasi, dan studi kepustakaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Beken Mirae BBQ sebagai salah satu bisnis kuliner *Asian Cuisine* dengan konsep *fusion* memiliki beberapa strategi dalam mengembangkan bisnisnya, di antaranya (1) Penentuan lokasi restoran yang strategis dan desain *layout* restoran sebagai keunggulan kompetitif bisnis; (2) Partisipasi *event*, strategi bermitra dengan *partner* bisnis, dan *feedback* pelanggan sebagai strategi penetrasi pasar; (3) Adaptasi *taste* lokal, nilai masyarakat lokal, dan bahasa daerah sebagai strategi adaptasi bisnis terhadap budaya Indonesia. Strategi pengembangan bisnis yang telah dilakukan oleh Beken Mirae BBQ telah mencerminkan beberapa unsur dan proses glokalisasi di dalamnya. Glokalisasi dalam penelitian ini telah mencerminkan heterogenitas budaya dalam konteks kuliner di Indonesia. Proses glokalisasi di dalam bisnis kuliner lokal telah melalui proses pertimbangan faktor sosial budaya masyarakat setempat. Dengan demikian, struktur sosio-kultural masyarakat setempat memiliki peran signifikan dalam proses glokalisasi di dalam bisnis kuliner.

Kata Kunci: *Glokalisasi, Bisnis, Kuliner, Robertson*

ABSTRACT

Ghaitsa Rizky Azka, *Glocalization in the Culinary Business (Case Study on the Korean BBQ Franchise Beken Mirae Galaxy Bekasi Branch)*, Undergraduate Thesis, Jakarta: Sociology Study Program, Faculty of Social Sciences and Law, Jakarta State University, 2025.

This research aims to determine the development strategy of Korean BBQ culinary business at Beken Mirae BBQ as part of the Asian Cuisine culinary business with a fusion concept and to explore the glocalization process in local culinary businesses. The research results that have been found will be analyzed using Roland Robertson's glocalization concept applied in the context of the culinary business.

This research uses a qualitative method with a case study approach. This research was conducted from September 2024 to January 2025 at the Beken Mirae BBQ Galaxy Bekasi branch located on Jl. Taman Galaxy Raya Blok H No. 24, Jakartasetia, Bekasi. The subjects of this research consisted of 6 people consisting of 1 operational manager, 1 supervisor, 1 Beken Mirae BBQ kitchen department, 1 Beken Mirae BBQ waiter, 1 Beken Mirae BBQ marketing department, and 1 Beken Mirae BBQ chef. Data collection was carried out through interviews with informants, observations at the research location, documentation, and literature studies.

The results of this study indicate that Beken Mirae BBQ as one of the Asian Cuisine culinary businesses with a fusion concept has several strategies in developing its business, including (1) Determining a strategic restaurant location and restaurant layout design as a competitive advantage of the business; (2) Event participation, partnership strategies with business partners, and customer feedback as market penetration strategies; (3) Adaptation of local tastes, local community values, and regional languages as business adaptation strategies to Indonesian culture. The business development strategy that has been carried out by Beken Mirae BBQ has reflected several elements and processes of glocalization in it. Glocalization in this study has reflected cultural heterogeneity in the culinary context in Indonesia. The glocalization process in the local culinary business has gone through a process of considering the socio-cultural factors of the local community. Thus, the socio-cultural structure of the local community has a significant role in the glocalization process in the culinary business.

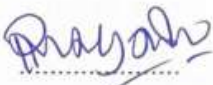
Keywords: *Glocalization, Business, Culinary, Robertson*

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab/Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum



No.	Nama Dosen	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Dr. Rusfadia Saktiyanti Jahja, M. Si</u> NIP. 197810012008012016 Ketua Sidang		9 Juli 2025
2.	<u>Achmad Firas Khudi, SE., ME., MA</u> NIP. 198912112025061003 Sekretaris Sidang		15 Juli 2025
3.	<u>Dr. Asep Suryana, M.Si</u> NIP. 197104032005011003 Penguji Ahli		9 Juli 2025
4.	<u>Dr. Yuanita Aprilandini Siregar, M.Si</u> NIP. 198004172010122001 Dosen Pembimbing I		15 Juli 2025
5.	<u>Meila Riskia Fitri, S.Pd., MA</u> NIP. 198905102019032025 Dosen Pembimbing II		10 Juli 2025

Tanggal Lulus: 25 Juni 2025

LEMBAR ORISINALITAS



Intelligentia - Dignitas

Program Studi Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum
Universitas Negeri Jakarta

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ghaitsa Rizky Azka

NIM : 1406621048

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Glokalisasi di dalam Bisnis Kuliner (Studi Kasus pada Waralaba Korean Barbeque Beken Mirae Cabang Galaxy Bekasi)” sepenuhnya merupakan hasil karya pribadi yang telah disusun sesuai dengan aturan penulisan karya ilmiah yang berlaku. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiarisme pada skripsi ini, maka peneliti sanggup untuk menanggung konsekuensi yang ada.

Jakarta, 10 Juli 2025



Ghaitsa Rizky Azka
NIM. 1406621048



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telepon/Faksimili: 021-4894221

Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ghaitsa Rizky Azka

NIM : 1406621048

Fakultas/Prodi : Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum/Sosiologi

Alamat email : ghaitsara20@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi

yang berjudul : GLOKALISASI DI DALAM BISNIS KULINER (Studi Kasus pada Waralaba Korean Barbeque Beken Mirae Cabang Galaxy Bekasi)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 17 Juli 2025

Penulis

Ghaitsa Rizky Azka

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya bersama kesulitan pasti ada kemudahan.”

~ Q.S. Al-Insyirah: 6

“Dan janganlah kamu (merasa) lemah, dan jangan (pula) bersedih hati, sebab kamu paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang beriman.”

~ Q.S. Ali ‘Imran: 139

Skripsi ini penulis persembahkan kepada keluarga dan seluruh pihak yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan perkuliahan dan penelitian skripsi ini. Terlebih kepada kedua orang tua peneliti yang telah berperan hampir di seluruh fase kehidupan penulis. Penelitian ini juga dipersembahkan kepada diri sendiri yang telah sepenuhnya bekerja keras dan bersungguh-sungguh dalam menyelesaikan perkuliahan dan penelitian skripsi ini.

Intelligentia - Dignitas

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis telah diberikan kekuatan dan kemampuan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul **“Glokalisasi di dalam Bisnis Kuliner (Studi Kasus Pada Waralaba Korean Barbeque Beken Mirae Cabang Galaxy Bekasi)”** dengan baik dan tepat waktu. Penelitian skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat akademik dalam rangka meraih gelar Sarjana (S1) Sosiologi dari Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta. Dalam proses penyusunan penelitian skripsi ini, penulis senantiasa mendapatkan tantangan. Namun berkat bantuan, arahan, bimbingan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan penelitian skripsi ini. Maka dari itu, rasa hormat dan terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum (FISH) Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Rusfadia Saktiyanti Jahja, M.Si., selaku Koordinator Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum (FISH) Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Yuanita Aprilandini Siregar, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, bantuan, dan saran terhadap penulisan skripsi ini.
4. Meila Riskia Fitri, S.Pd., MA., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, bantuan, dan saran terhadap penulisan skripsi ini.

5. Dr. Asep Suryana, M.Si., selaku Penguji Ahli yang telah memberikan masukan, saran, dan bimbingan terhadap penulisan skripsi ini.
6. Dr. Rusfadia Saktiyanti Jahja, M.Si., selaku Ketua Sidang yang telah memberikan masukan, saran, dan bimbingan terhadap penulisan skripsi ini.
7. Achmad Firas Khudi, SE., ME., MA., selaku Sekretaris Sidang yang telah memberikan masukan, saran, dan bimbingan terhadap penulisan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Sosiologi yang telah membimbing dan memberikan ilmu kepada penulis selama menempuh studi di Program Studi Sosiologi Universitas Negeri Jakarta.
9. Karyawan dan staff Program Studi Sosiologi, Pendidikan Sosiologi, dan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum yang telah membantu penulis dalam menjalankan penelitian dan masa perkuliahan.
10. Pemilik, manajer operasional, supervisor, dan para karyawan Beken Mirae BBQ yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Beken Mirae BBQ dan bersedia memberikan informasi yang penulis butuhkan selama melakukan penelitian.
11. Kedua orang tua penulis serta adik penulis yang telah memberikan dukungan dan doa-doa terbaik kepada penulis dalam menjalani masa perkuliahan dan menyelesaikan penelitian ini.
12. Etek Bei selaku tante dan mentor penulis yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan dukungan pada penulis.
13. Keluarga besar penulis yang telah memberikan dukungan bagi penulis dalam menjalani kehidupan kuliah dan menyelesaikan penelitian skripsi ini.
14. Teman-teman Open Discuss yaitu Rizkya, Winda, Fitri, dan Nisa sebagai teman seperjuangan penulis yang telah hadir dalam memberi dukungan dari awal perkuliahan hingga sampai pada penulisan skripsi ini.

15. Rajwa dan Trio Ngomul sebagai rekan magang dan teman seperjuangan penulis yang telah memberikan dukungan, mendengarkan keluh kesah penulis, dan menemani penulis dalam menjalani masa-masa sulit pengerjaan skripsi.
16. Seluruh teman-teman seperjuangan penulis selama menempuh pendidikan dasar hingga sekarang ini, yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu, yaitu Nasi Uduk Semur Jengkol, Arisan Sholchan, Gw Diana, yang telah memberikan semangat, kekuatan, dan dukungan emosional bagi penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
17. Teman-teman Program Studi Sosiologi Angkatan 2021 yang telah membantu penulis sejak awal perkuliahan hingga menyelesaikan penulisan skripsi ini.
18. Diri sendiri, yaitu Ghaitsa Rizky Azka, yang telah bertahan dan senantiasa bersemangat dalam menjalani dan menghadapi jatuh bangunnya kehidupan, termasuk kehidupan kuliah dan penelitian skripsi.

Atas kebaikan dan dukungan dari seluruh pihak yang sudah disebutkan, maka penulis dapat menyelesaikan penyusunan penelitian skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Penulis sadar bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga penulis sangat terbuka dalam menerima kritik dan saran yang membangun dari pembaca sekalian. Penulis berharap penelitian ini dapat berkontribusi secara positif terhadap pemahaman pembaca mengenai glocalisasi, khususnya glocalisasi di dalam bisnis kuliner lokal, dan menjadi referensi yang bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.

Jakarta, 17 April 2025

Intelligentia - Dign 

Ghaitsa Rizky Azka

NIM. 1406621048

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR ORISINALITAS.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR SKEMA.....	xv
DAFTAR ISTILAH (GLOSARIUM).....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis.....	9
1.6 Kerangka Konsep.....	19
1.6.1 Bisnis Kuliner.....	19
1.6.2 Glokalisasi.....	23
1.6.3 Hubungan Antar Konsep.....	26
1.7 Metodologi Penelitian.....	27
1.7.1 Metode Penelitian dan Pendekatan Penelitian.....	27
1.7.2 Subjek Penelitian.....	28
1.7.3 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30
1.7.4 Peran Peneliti.....	31

1.7.5 Teknik Pengumpulan Data.....	31
1.7.6 Teknik Analisis Data.....	33
1.7.7 Triangulasi Data.....	35
1.8 Sistematika Penulisan.....	35
BAB II PERKEMBANGAN BISNIS KULINER ASIAN CUISINE DI BEKASI.....	38
2.1 Pengantar.....	38
2.2 Kontribusi Budaya Korea dalam Bisnis Kuliner Indonesia.....	39
2.2.1 Penyebaran dan Perkembangan Korean Wave di Indonesia.....	40
2.2.2 Korean Wave sebagai Bagian dari Strategi Penetrasi Pasar.....	42
2.3 Hibriditas Budaya Hallyu dengan Budaya Lokal dalam Bisnis Kuliner Beken Mirae BBQ.....	44
2.3.1 Visi dan Misi Beken Mirae BBQ.....	45
2.3.2 Logo Beken Mirae BBQ.....	45
2.3.3 Struktur Organisasi Beken Mirae BBQ.....	47
2.4 Sejarah Perkembangan Bisnis Kuliner Beken Mirae BBQ.....	50
2.5 Permodalan Beken Mirae BBQ.....	53
2.6 Segmentasi Pasar Berbasis Penggemar Hallyu.....	54
2.6.1 Kelompok Usia.....	55
2.6.2 Kondisi Sosial Ekonomi.....	55
2.7 Inovasi Produk BBQ Lokal sebagai Keunggulan Bersaing.....	58
2.8 Pandangan Masyarakat terhadap Kuliner Fusi Korea dan Lokal.....	59
2.9 Penutup.....	62
BAB III STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KULINER ASIAN CUISINE.....	63
3.1 Pengantar.....	63
3.2 Keunggulan Kompetitif Bisnis Kuliner Beken Mirae BBQ.....	64
3.2.1 Aksesibilitas Lokasi Beken Mirae BBQ.....	64
3.2.2 Desain Layout Glokal pada Beken Mirae BBQ.....	66
3.3 Strategi Penetrasi Pasar Bisnis Kuliner Beken Mirae BBQ.....	71
3.3.1 Partisipasi Event sebagai Sarana Branding Bisnis Kuliner Glokal.....	71
3.3.2 Strategi Bermitra dengan Food Vlogger dan Influencer Lokal Berbasis Hallyu.....	73
3.3.3 Feedback Pelanggan sebagai Evaluasi Strategi Glokal.....	77

3.4 Strategi Beken Mirae BBQ dalam Beradaptasi dengan Budaya Indonesia.....	80
3.4.1 Strategi Adaptasi Taste Lokal dalam Kuliner Korean BBQ.....	80
3.4.2 Strategi Adaptasi Nilai Masyarakat Indonesia dalam Bisnis Kuliner Korea.....	83
3.4.3 Strategi Adaptasi Bahasa Daerah dalam Bisnis Kuliner Korea.....	85
3.5 Penutup.....	87
BAB IV GLOKALISASI SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KULINER LOKAL.....	90
4.1 Pengantar.....	90
4.2 Dualitas Glokalitas dalam Bisnis Kuliner.....	92
4.2.1 Globalisasi sebagai Penyeragam Rasa dalam Kuliner Lokal.....	92
4.2.2 Glokalisasi sebagai Strategi Adaptasi Cita Rasa Lokal dalam Kuliner Asian Cuisine.....	95
4.3 Proses Glokalisasi dalam Bisnis Kuliner Lokal.....	99
4.4 Keterlekatan Konteks Sosio-Kultural dalam Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner Lokal.....	102
4.5 Refleksi Kritis terhadap Glokalisasi dalam Bisnis Kuliner.....	105
4.6 Penutup.....	107
BAB V PENUTUP.....	109
5.1 Kesimpulan.....	109
5.2 Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA.....	113
LAMPIRAN.....	118
DOKUMENTASI PENELITIAN.....	125
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	126

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Preferensi Jajanan Mancanegara Anak Muda Indonesia Tahun 2022.....	6
Gambar 2.1 Tren Jenis Kuliner Asian Cuisine di Indonesia Tahun 2019-2024.....	39
Gambar 2.2 Antusiasme Budaya Korea Selatan di berbagai Negara.....	42
Gambar 2.3 Tren dan Minat Korean BBQ berdasarkan Sub-Wilayah Tahun 2019-2024.....	43
Gambar 2.4 Company Logo Beken Mirae BBQ.....	46
Gambar 2.5 Maskot Beken Mirae BBQ.....	47
Gambar 2.6 Media Sosial Resmi Beken Mirae BBQ.....	60
Gambar 2.7 Pandangan Masyarakat terhadap Kuliner Glokal melalui Media Sosial.....	61
Gambar 3.1 Denah Lokasi Beken Mirae BBQ Galaxy Bekasi.....	65
Gambar 3.2 Dekorasi dengan Perpaduan Unsur Korea dan Lokal di Beken Mirae BBQ.....	67
Gambar 3.3 Interior dan Dekorasi Beken Mirae BBQ Galaxy Bekasi.....	69
Gambar 3.4 Fasilitas Movie Zone sebagai Bentuk dari Strategi Product Development.....	70
Gambar 3.5 Konten Food Vlogger dan Influencer Lokal yang Kekorea-Koreaan.....	76
Gambar 3.6 Sertifikasi Halal Beken Mirae BBQ oleh MUI.....	84
Gambar 3.7 Konten Promosi Beken Mirae BBQ di Instagram.....	87

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase Top Brand Indeks Merek Fast Food Unggul di Indonesia Tahun 2023.....	3
Tabel 1.2 Subjek Penelitian dan Karakteristik Informan Penelitian.....	29
Tabel 2.1 Perkembangan Lokasi Beken Mirae BBQ.....	51
Tabel 2.2 Jumlah Outlet Beken Mirae BBQ.....	52
Tabel 2.3 Rata-Rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas (Makanan) di Kota Bekasi Tahun 2024.....	56
Tabel 3.1 Adaptasi Rasa Lokal dalam Kuliner Korean BBQ.....	82



Intelligentia - Dignitas

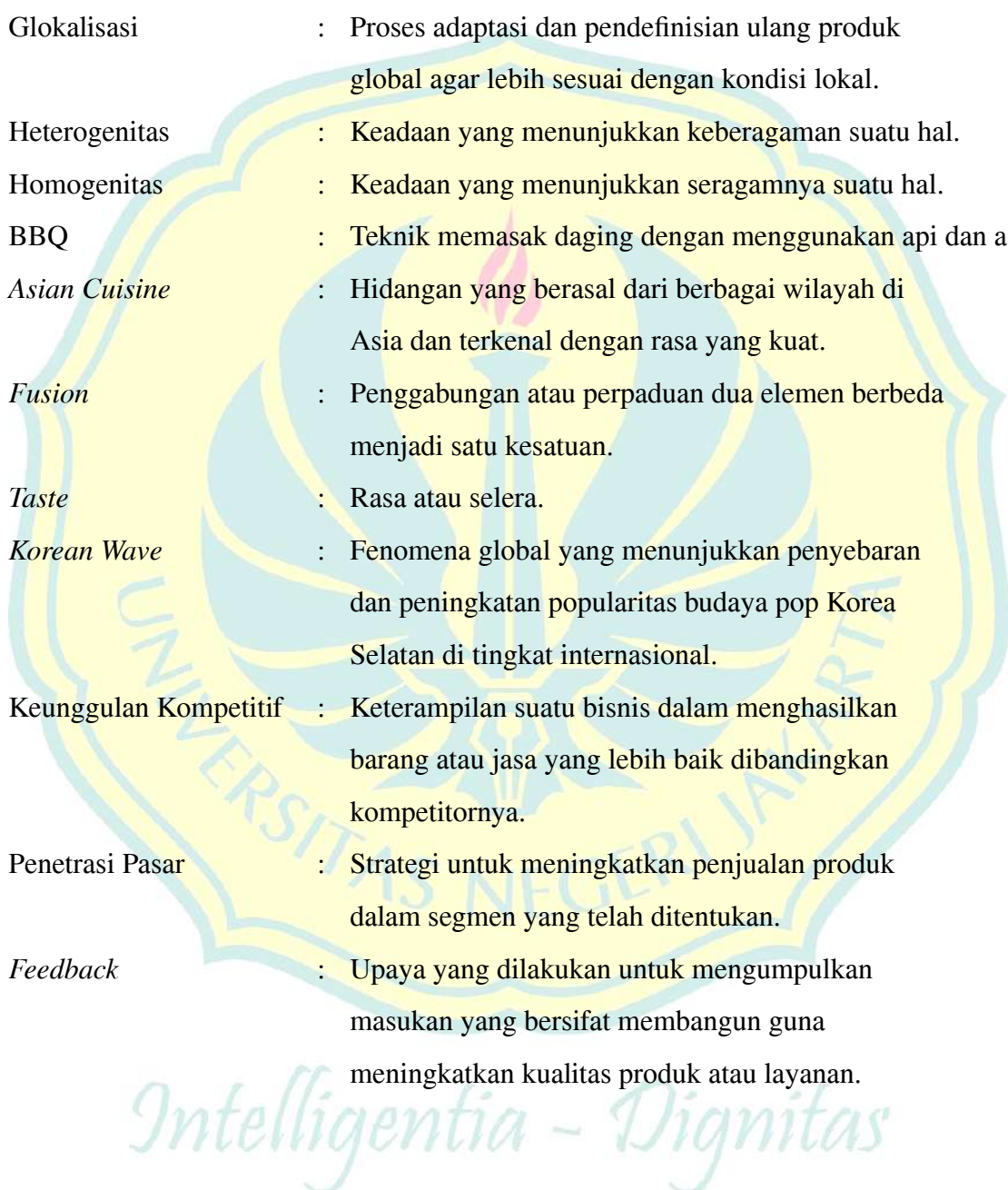
DAFTAR SKEMA

Skema 1.1 Tinjauan Penelitian Sejenis.....	18
Skema 1.2 Hubungan Antar Konsep.....	26
Skema 2.1 Struktur Organisasi Beken Mirae BBQ.....	48
Skema 3.1 Strategi Bermitra dengan Food Vlogger dan Influencer.....	74
Skema 3.2 Proses Feedback Pelanggan hingga Realisasi Produk.....	78
Skema 4.1 Globalisasi sebagai Penyeragam Rasa dalam Kuliner Lokal.....	94
Skema 4.2 Glokalisasi sebagai Strategi Adaptasi Cita Rasa Lokal pada Kuliner Korea.....	98
Skema 4.3 Proses Glokalisasi dalam Bisnis Kuliner Lokal.....	100



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISTILAH (GLOSARIUM)



Glokalisasi	: Proses adaptasi dan pendefinisian ulang produk global agar lebih sesuai dengan kondisi lokal.
Heterogenitas	: Keadaan yang menunjukkan keberagaman suatu hal.
Homogenitas	: Keadaan yang menunjukkan seragamnya suatu hal.
BBQ	: Teknik memasak daging dengan menggunakan api dan asap.
<i>Asian Cuisine</i>	: Hidangan yang berasal dari berbagai wilayah di Asia dan terkenal dengan rasa yang kuat.
<i>Fusion</i>	: Penggabungan atau perpaduan dua elemen berbeda menjadi satu kesatuan.
<i>Taste</i>	: Rasa atau selera.
<i>Korean Wave</i>	: Fenomena global yang menunjukkan penyebaran dan peningkatan popularitas budaya pop Korea Selatan di tingkat internasional.
Keunggulan Kompetitif	: Keterampilan suatu bisnis dalam menghasilkan barang atau jasa yang lebih baik dibandingkan kompetitornya.
Penetrasi Pasar	: Strategi untuk meningkatkan penjualan produk dalam segmen yang telah ditentukan.
<i>Feedback</i>	: Upaya yang dilakukan untuk mengumpulkan masukan yang bersifat membangun guna meningkatkan kualitas produk atau layanan.