

Panduan Michelin Sebagai Wujud Diplomasi Budaya Perancis : Kasus Penolakan Bintang Michelin Di Thailand dan Perancis

Abstrak

Kuliner mewah ala Perancis banyak diadopsi oleh restoran besar baik dari yang skala kecil hingga besar dalam hotel berbintang di berbagai negara. Total terdapat 1000 lebih restoran bergaya Perancis di seluruh dunia yang terkenal dan tercatat oleh UNESCO sebagai warisan budaya tak berwujud. Dari sini kemudian dapat dilihat bahwa Michelin Guide merupakan sebagai tolak ukur kuliner internasional yang telah mendapat pengakuan secara internasional. Dengan kata lain, Michelin Guide memiliki andil besar di dalam penciptaan kontestasi dunia kuliner internasional, yang didasarkan oleh penilaian yang mereka keluarkan. Munculnya standard yg direpresentasikan dengan bintang Michelin ini kemudian dinilai subjektif dan bias yang kemudian menimbulkan tentangan-tentangan dari budaya kuliner di berbagai belahan dunia salah satunya Thailand.

Kata kunci: Gastronomi, Michelin, Perancis

Total terdapat 1000 lebih restoran bergaya Perancis di seluruh dunia yang terkenal dan tercatat oleh UNESCO sebagai warisan budaya tak berwujud. Adanya restoran bergaya Perancis yang telah menyebar ke berbagai negara ini yang mencetuskan beberapa restoran lain untuk mengikuti teknik yang sama namun dengan kekhasan lokal masing-masing wilayah. Sebagai contoh adalah restoran bergaya Amerika, Inggris, Asia, Nordik, dan gaya khas wilayah lainnya (MacVeigh, 2009). Banyaknya jumlah restoran santapan mewah yang ada di dunia, membuat masyarakat bingung akan pilihan restoran terbaik, sehingga muncul beberapa petunjuk mulai dari buku panduan, hingga yang saat ini mulai banyak hadir ialah melalui media internet blog / website. Namun dari beberapa panduan yang ada, terdapat salah satu panduan yang terkenal dan diakui kredibilitasnya baik dari pihak konsumen / turis juga pelaku industri makanan (restoran), ialah Michelin Guide (Dawson, 1997). Michelin Guide terkenal karena sistem penilaiannya yang menggunakan bintang sebagai acuan, terdapat tiga bintang sebagai penilaian tertinggi atas suatu restoran. Penjabaran yang mendeskripsikan ketiganya antara lain: Satu bintang berarti “Restoran yang amat baik dalam kategorinya”, Dua bintang berarti “Masakan terbaik, layak untuk menyimpangkan jalan (*detour*)”, dan Tiga bintang yang berarti “Masakan yang luar biasa, patut dijadikan perjalanan khusus” (Michelin, 2013). Sistem bintang yang diadopsi oleh Michelin Guide ini pertama kali diperkenalkan pada tahun 1926 (Messer&Cohen, 2008).

Dari sini kemudian dapat dilihat bahwa Michelin Guide merupakan sebagai tolak ukur kuliner internasional yang telah mendapat pengakuan secara internasional. Dengan kata lain, Michelin Guide memiliki andil besar di dalam penciptaan kontestasi dunia kuliner internasional, yang didasarkan oleh penilaian yang mereka keluarkan. Yang menarik, Michelin Guide ini ternyata memiliki satu kontroversi. Banyak yang meyakini adanya bias dari penilaian yang dikeluarkan oleh Michelin Guide ini. Salah satunya dari Pascal Rémy, seorang veteran Michelin inspektur yang berbasis di Perancis, dan juga mantan karyawan

Gault Millau, menulis sebuah buku yang diterbitkan pada tahun 2004 berjudul *L'Inspecteur se met à table* (MacVeigh, 2009). Beberapa kritikus makanan non-Perancis juga telah menuduh bahwa sistem peringkat bias mendukung masakan Perancis atau standar makan Perancis. Di Inggris, harian The Guardian berkomentar pada tahun 1997 bahwa tujuan utama pemandu adalah sebagai alat imperialisme budaya *Gaullic*. Dari sini menarik kemudian untuk membahas apa yang melatarbelakangi munculnya penolakan-penolakan dan kritik keras terhadap penghargaan tersebut. Mengingat bahwa penghargaan tersebut merupakan satu wujud apresiasi terhadap makanan dan budaya kuliner di tingkat internasional (Collingham, 2012). Selain sebagai apresiasi bagi aktor di balik layar sebuah restoran, penghargaan Michelin secara tidak langsung menjadi magnet yang sangat kuat bagi wisatawan yang ingin mencoba masakan restoran tersebut. Secara ekonomi, penghargaan Michelin bagi sebuah restoran berdampak besar sekali baik secara pemasukan dan juga pengembangan merek mereka. Penulis memiliki asumsi bahwa ada indikasi kaitan dengan bias dan favoritisme Michelin Guide terhadap kuliner Perancis, dan menggunakan bintang Michelin untuk mendorong prestise budaya kuliner Perancis di tingkat internasional.

Sejarah Bintang Michelin

Jika berbicara mengenai bintang Michelin, maka tidak bisa lepas dari peran Perancis yang memelopori penghargaan tersebut sebagai wujud apresiasi dan standardisasi makanan berkualitas internasional. Uniknya, sejarah bintang Michelin ini tidak serta merta muncul dari makanan begitu saja, namun berawal dari ban motor. Menurut catatan sejarah, Pada tahun 1900, ada kurang dari 3.000 mobil yang ada di seantero Perancis. Untuk meningkatkan jumlah permintaan mobil dan ban mobil, Édouard dan André Michelin menerbitkan panduan

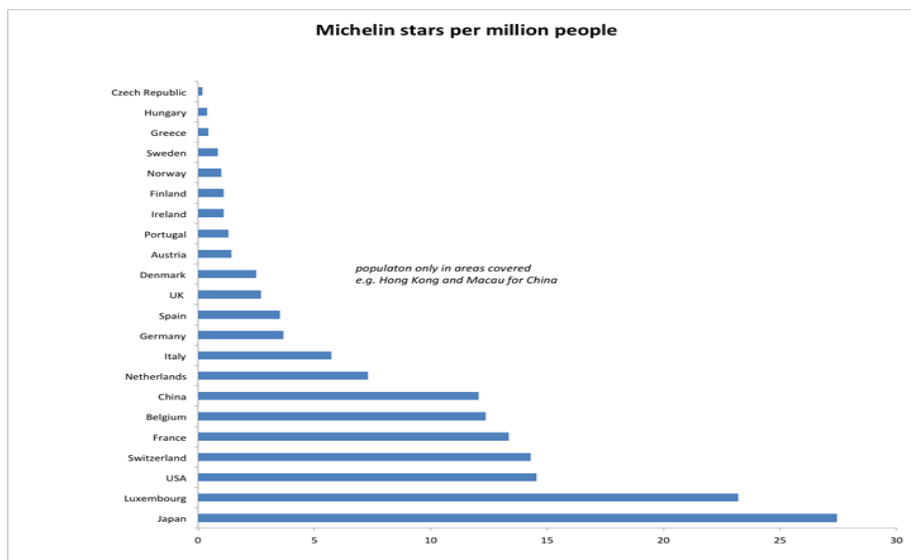
untuk pengendara Perancis pada tahun 1900, dinamakan Michelin Guide dan mendirikan kantor Michelin di kawasan Clermont-Ferrand, Perancis Tengah (Manchester Guardian, 1950). Hampir 35.000 eksemplar edisi pertama, edisi gratis dari panduan ini didistribusikan di seluruh Perancis dan memberikan informasi yang berguna untuk pengendara, seperti peta, perbaikan ban dan instruksi penggantian, daftar mekanik mobil, hotel, dan pom bensin di seluruh Perancis (Vettel, 2018).

Michelin Guide kemudian mulai memberikan bintang untuk tempat makan mewah pada tahun 1926. Awalnya, hanya ada satu bintang yang diberikan. Kemudian, pada tahun 1931, hierarki nol, satu, dua, dan tiga bintang diperkenalkan (Collingham 2012). Selain bintang, Michelin juga menambahkan kategori keempat tambahan, dinamakan "Bib Gourmand", terinspirasi dari maskot Michelin yang namanya adalah Bibendum, dan dinilai pada skala "garpu dan pisau". Skala ini diberikan kepada semua restoran yang diakui dalam panduan, dan berkisar dari satu hingga lima, didasarkan dari tingkat kenyamanan restoran tersebut. Satu garpu dan pisau menjadi "Restoran yang cukup nyaman" dan lima lagi "Restoran mewah" (Hendrix&Brinkman, 2015). Michelin Guide secara historis mencatat lebih banyak restoran daripada panduan restoran lainnya, mengandalkan sistem simbol yang luas untuk menggambarkan masing-masing hanya dalam dua baris. Ulasan restoran yang berbintang juga mencakup dua hingga tiga spesialisasi kuliner. Ringkasan singkat (2–3 baris) ditambahkan pada 2002/2003 untuk meningkatkan deskripsi dari banyak restoran. Ringkasan ditulis dalam bahasa negara di mana panduan ini diterbitkan dan menggunakan simbol yang sama di semua edisi.

Pengulas restoran untuk Michelin Guide (biasa disebut "inspektur") bersifat anonim; mereka tidak mengidentifikasi diri mereka sendiri, dan makanan dan pengeluaran mereka dibayar oleh Michelin, tidak pernah oleh restoran yang ditinjau. Inspektur makanan untuk Michelin Guide dipilih dari orang-orang dengan integritas, dan banyak eksekutif restoran tidak pernah

bertemu dengan seorang inspektur; inspektur sendiri disarankan untuk tidak mengungkapkan pekerjaan mereka, bahkan kepada orang tua mereka; dan, Michelin juga menolak mengizinkan inspekturnya berbicara dengan wartawan. Para inspektur menulis laporan yang disaring, dalam pertemuan tahunan di berbagai kantor nasional Michelin Guide, ke dalam peringkat tiga bintang, dua bintang, atau satu bintang — atau tidak ada bintang sama sekali (Perusahaan yang dianggap tidak layak dikunjungi oleh Michelin tidak termasuk dalam panduan).

Tidak berhenti di Perancis, Michelin Star kemudian juga merambah ke negara-negara lain dalam perkembangannya dan turut menjadi dasar standardisasi masakan dan penyajiannya di seluruh dunia, terutama untuk tingkatan restoran mewah



Dari sini dapat dilihat bahwa panduan Michelin dan Bintang Michelin, yang awalnya merupakan produk inovasi lokal Perancis, secara perlahan digerakkan ke level internasional dengan tujuan untuk memberikan panduan bagi konsumen terkait restoran mana yang memberikan pelayanan dan makanan terbaik. Dalam perkembangannya, panduan yang kemudian menjadi terkenal ini tidak lagi berhenti sebagai panduan semata, dan bintang

Michelin yang diberikan juga bertransformasi menjadi penghargaan yang memiliki nilai prestise.

Kaitan Michelin dengan Diplomasi Perancis

Sebagai bagian dari aksi globalnya, Kementerian Luar Negeri Perancis dan pembangunan internasional telah menjadikan pariwisata sebagai prioritas. Keahlian memasak adalah aspek penting dari perdagangan luar negeri dan pariwisata Perancis, serta aset yang cukup besar dalam hal daya tarik Prancis: sepertiga dari turis asing menyebut makanan dan anggur sebagai alasan memilih untuk mengunjungi Prancis. Ini adalah elemen sentral dari budaya dan warisan Perancis, seperti diakui oleh UNESCO, dan juga berkontribusi terhadap pengaruh Perancis, melalui kekayaan dan keanekaragamannya.

Sebagai bagian dari upayanya untuk mempromosikan pariwisata di Perancis, Kementerian mengambil tindakan untuk menampilkan keahlian memasak, oenologi, dan keunggulan, inovasi dan keragaman masakan Prancis. Acara *Goût de France / Good France*, yang akan mempromosikan yang dinamis, terbuka dan inovatif bentuk masakan Prancis di seluruh dunia pada 21 Maret, disertai dengan banyak langkah lain untuk mendukung keahlian memasak yang salah satunya menggandeng Michelin sebagai partner dalam memperkenalkan budaya kuliner Perancis beserta standar penyajiannya kepada dunia. Bahkan dalam kesempatan di tahun 2015, menteri luar negeri Perancis, Laurent Fabius menyebut bahwa (Ministry of Foreign Affairs and International Development, 2016) :

“gastronomy is an extraordinary ambassador, and in this field, the Michelin Guide is a global benchmark. [...] I will go even further: France’s gastronomy is France.”

Pengujian Bintang Michelin dan Upaya Standardisasi

Reputasi Restoran dengan Bintang Michelin dan Upaya Standardisasi

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, Panduan Michelin merupakan satu aspek yang lebih dari sekadar daftar atau direktori restoran, yakni peringkat profesional dari restoran berkualitas berdasarkan metodologi unik yang telah teruji waktu yang memastikan bahwa bintang Michelin memiliki kualitas tertinggi. Mereka mempekerjakan pengawas profesional penuh waktu yang secara anonim mengunjungi restoran dan hotel, dan mengevaluasinya dengan berbagai kriteria (Alain Ducasse at Dorchester, 2012). Proses evaluasi telah diasah dari waktu ke waktu untuk mengidentifikasi perusahaan berkualitas tinggi secara konsisten agar sesuai dengan berbagai anggaran dan di berbagai gaya dan masakan. Semua evaluasi melibatkan uji makanan secara anonim atau menginap semalam di setiap pendirian untuk menilai kualitas dan keandalan pengalaman. Jika inspektur mereka terkesan oleh restoran atau hotel, mereka mengunjungi tempat itu lagi dan lagi. Ini adalah semacam penelitian obsesif yang menjadikan Panduan Michelin sebagai sumber rekomendasi yang dapat diandalkan. Hari ini, koleksi Panduan Michelin terdiri dari 27 Red Guides yang mencakup 23 negara dan mencakup 45.000 perusahaan. Simbol bintang hanya menilai apa yang ada di piring, yang berarti kualitas produk, penguasaan rasa, penguasaan memasak, kepribadian masakan, nilai untuk uang dan konsistensi dari apa yang ditawarkan restoran kepada pelanggannya di seluruh menu dan tahun.

Ketiga restoran yang memiliki tiga bintang Michelin ini merupakan restoran mewah dengan pelayanan nomor satu, dan terletak di pusat kota dunia, yang menyediakan makanan dengan bahan-bahan terbaik dengan harga yang tinggi. Sebagaimana contoh dari makanan olahan dari caviar, salmon, hingga minuman alkohol yang bernilai tinggi merupakan bagian utama

dari menu yang disajikan di restoran-restoran tersebut. Yang kedua dari penyajian. Seluruh restoran tersebut menyajikan makanan dengan model *fine dining*, yang mana erat dengan nilai kesejarahan ala Barat, terutama Perancis. Bisa dilihat dari bagaimana restoran-restoran tersebut menyajikan three course meal dengan menu-menu olahan ala Barat. Dari sini bisa dilihat bahwa Michelin memiliki kecenderungan untuk memberikan penghargaan untuk restoran-restoran mewah yang memiliki modal dan nilai jual yang tinggi, dengan menekankan makanan-makanan ala Barat melalui penyajian mewah *fine dining*.

Dampak Upaya Standardisasi Bintang Michelin

Prosedur santapan mewah yang dicetuskan oleh Perancis berupa set menu yang terdiri dari 8 hingga 12 jenis makanan dalam satu sesi yang dimulai dari makanan pembuka, makanan utama, hingga penutup. Rata-rata pengunjung menghabiskan waktu 2 hingga 4 jam dalam satu sesi makan di restoran mewah. Pengunjung akan mendapat pelayanan penuh dan standar yang tinggi mulai dari tahap reservasi hingga selesai dan keluar pintu restoran (DeSoucey, 2010). Yang membedakan antara restoran santapan mewah dengan tempat makan lainnya selain pelayanan penuh ialah dekorasi, teknik memasak yang digunakan lebih maju, bahan berkualitas dan terbaik di wilayahnya, serta biasanya mengharuskan pengunjung untuk berbusana formal (*dress code*).

Dalam pengujian restoran untuk bintang Michelin, akademisi seperti Johnson et al, Yuksel dan Yuksel dan Balasz memiliki pandangan yang beragam tentang kualitas dan relevansi sistem Bintang Michelin (Andre, 2008).

Unsur kedua yang dikhawatirkan terkait dengan tekanan yang diberikan oleh Sistem Bintang Michelin pada pendirian koki dan pemilik. Meskipun, seperti yang disimpulkan oleh Johnson et al (2005), kepemilikan bintang Michelin tidak menjamin profitabilitas, kerugiannya

ditemukan memiliki implikasi serius bagi bisnis, dengan beberapa mengalami penurunan pendapatan hingga 50% ketika situasi ini terjadi.

Masalah sifat praktis dalam kaitannya dengan sistem Bintang Michelin juga telah dikemukakan oleh banyak pengamat. Ada pandangan umum bahwa refleksi perubahan dalam perusahaan makan tidak ditangani secara efisien oleh inspektur Michelin, dengan pemberian atau penghapusan bintang gagal mengikuti perubahan ini dalam banyak kasus. Ada sedikit keraguan bahwa beban kerja yang berlebihan dari inspektur Michelin adalah faktor penyumbang dalam terjadinya penundaan ini.

Lebih jauh lagi, dirasakan oleh banyak orang bahwa, di luar sistem Michelin yang berasal dari pasar, Perancis; sistem penilaian tidak memiliki tingkat keandalan yang sama. Pertama ini dicatat bahwa ada restoran yang termasuk dalam bintang bervariasi banyak yang tidak pantas mendapatkan posisi mereka, yang menambah persepsi bahwa mungkin ada masalah dengan kualitas dan keandalan sistem dan prosedur operasinya. Kedua, kurangnya proses pengukuran terstruktur yang sedang dilaksanakan oleh Michelin, pemberiannya atas bintang-bintang yang semata-mata pada kebijaksanaan laporan inspektur, memang berarti bahwa para koki tidak memiliki target yang jelas untuk dibidik. Sebaliknya mereka hanya harus mengembangkan gaya mereka sendiri dan bersabar, dan berharap bahwa itu akan diperhatikan dan dihargai oleh inspektur Michelin pada tahap tertentu.

Area lain yang telah dipertanyakan berkaitan dengan sistem Bintang Michelin adalah prevalensinya untuk panduan cetak. Meskipun perusahaan baru-baru ini memperkenalkan fasilitas online bagi konsumen untuk menanggapi isi panduan, metode utama distribusi informasi adalah melalui panduan yang diterbitkan, yang dengan harga mulai sekitar 9,99 (\$ 20,00) dilihat oleh beberapa konsumen menjadi cukup mahal, terutama karena akses ke ulasan dan komentar restoran tersedia secara gratis melalui internet. Hal ini menunjukkan

bahwa konsumen membayar banyak perhatian pada tekanan dan komentar teman sebaya, dan Internet memberi mereka akses ke jenis tanggapan ini. Orang lain seperti juga menyatakan bahwa ketergantungan pada teman sebaya dapat menjadi alasan kuat untuk membeli, sehingga jika konsumen merekomendasikan merek restoran dalam banyak kasus, ini akan menghasilkan efek yang lebih positif terhadap orang lain daripada pendekatan profesional rekomendasi yang diberikan oleh Michelin. Penurunan penjualan panduan terbaru di Eropa menunjukkan bahwa situasi ini mempengaruhi kekuatan merek Michelin, setidaknya di wilayah geografis ini, dan dilihat sebagai bagian dari alasan untuk perluasan panduan ke AS dan Asia.

Bintang Michelin dan Upaya Standardisasi Makanan secara Universal

Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh contoh diatas bahwa penghargaan bintang Michelin dalam prakteknya banyak diberikan kepada restoran-restoran mewah yang menyajikan makanan ala Barat. Tidak sekedar enak dan mewah, penghargaan tersebut juga menysasar aspek penyajian yang mewah dan pengelolaan restoran ala perusahaan besar. Dengan kata lain, restoran yang diberikan bintang Michelin telah memastikan tempat mereka sebagai restoran mewah yang mampu menyajikan makanan mewah dan menampilkan pelayanan nomor satu sepanjang waktu. Permasalahannya, hal tersebut tidak bisa diaplikasikan secara universal karena bintang Michelin juga banyak diberikan ke restoran-restoran dengan latar belakang rumah makan yang sederhana dan bahkan setingkat warung di pusat makanan, seperti yang terjadi di Singapura dan Thailand. Upaya standardisasi yang tidak sesuai dengan latar belakang rumah makan inilah yang penulis lihat sebagai penyebab penolakan bintang Michelin. Pada 2017, chef asal Thailand, Supinya Junsuta, atau dikenal dengan sebutan Jay Fai, menyatakan menyesal telah menerima Michelin Star karena adanya kesenjangan antara

restorannya dan restoran lain di Thailand, terkait harga dan kualitas makanan, serta melihat bahwa Michelin Star tidak membawa dampak positif bagi dunia kuliner Thailand, dan malah menciptakan kesenjangan bagi mereka yang ingin menikmati kuliner Thailand berkualitas dengan harga terjangkau. Selain itu, Chef asal Perancis, Jerome Brochot dan Sebastien Bras yang memiliki restoran dengan Michelin Star, memutuskan untuk mengembalikan Michelin Star tersebut karena alasan biaya pemeliharaan tahunan dan tekanan yang besar, baik dari tim juri tahunan, dan dari pembeli (Pham 2013).

Hal serupa juga kemudian dialami oleh rumah makan asal Thailand, yang dianugerahi bintang Michelin pada tahun 2017. Pemilik rumah makan tersebut, Raan Jay Fai, menganggap bahwa bintang Michelin merupakan “kutukan” yang membuat tekanan tinggi terhadap rumah makan kecil yang dimilikinya. Ekspos yang berlebihan dari media dan tekanan dari konsumen yang diberikan kepada Jay Fai membuat Jay Fai mengembalikan bintang Michelin yang telah diterimanya. Nuansa tenang dan intim yang dibawa oleh rumah makan Jay Fai juga hilang dan berganti dengan nuansa ramai dan orang memenuhi rumah makannya untuk mengambil foto.

Penghargaan yang diberikan oleh Michelin kepada restoran Jay Fai juga membuat suasana di sana tidak nyaman bagi pengunjungnya. Keberadaan beberapa pengunjung yang hanya ingin mengambil foto menjadi kegelisahan tersendiri bagi sang pemilik. Ia khawatir jika keramaian yang ada akan mengganggu tetangganya yang ada di sekitar kawasan restorannya. Hal lain yang menjadikan alasan Jay Fai untuk mengembalikan penghargaan tersebut adalah karena adanya petugas pajak dan pemerintahan setempat yang mulai berdatangan untuk menanyai mengenai izin serta pajak penghasilan yang dimiliki Jay Fai. Jay Fai merasa bahwa keberadaan mereka di restorannya seakan menjadikan ia sebagai seorang yang melakukan kesalahan (O’Connel, 2018)

Kesimpulan

Dari penelitian ini, kemudian dapat disimpulkan bahwa penolakan bintang Michelin oleh koki-koki, termasuk koki di Thailand, Perancis, Inggris, dan Jepang pada 2017 dan 2018 adalah karena ketidakcocokan mereka terhadap dampak dan standardisasi pelayanan dan kualitas makanan yang dihadirkan oleh Michelin. Koki-koki ini merupakan pemilik rumah makan sederhana yang tidak memiliki banyak karyawan dan bergerak di bidang restoran secara intim dan mengedepankan bentuk pelayanan yang sederhana dan harga makanan yang terjangkau. Gambaran bahwa restoran berbintang Michelin merupakan restoran mewah adalah imej yang dibangun oleh Michelin itu sendiri dan pada kenyataannya tidak semua rumah makan mengamini ide tersebut.

Bagi mereka, standardisasi dan universalisasi yang berusaha dibawa oleh Michelin malah berdampak negatif bagi imej rumah makan mereka karena rumah makan dari koki yang menolak bintang Michelin ini merupakan rumah makan yang memiliki imej sederhana.

Panduan Michelin dan Bintang Michelin awalnya lahir sebagai bentuk apresiasi terhadap restoran dan rumah makan yang ada di Perancis, dan lahir dari bentuk kepedulian Michelin bersaudara kepada pengendara mobil dan petualang di Perancis yang akan menginap dan makan di sepanjang perjalanan mereka. Dalam perkembangannya, Panduan ini mulai mendapat perhatian masyarakat Perancis karena kelengkapannya dalam mengulas restoran

yang ada di Perancis, dan belum ada panduan serupa yang memiliki peran serupa, sebagaimana yang dihadirkan di dalam Panduan Michelin. Panduan Michelin ini semakin terkenal karena keakuratan ulasan dan ruang lingkup ulasannya yang melingkupi seluruh Perancis.

Panduan Michelin kemudian juga berkembang ke negara-negara Eropa lain di luar Perancis. Panduan ini tidak lagi menjadi dasar di Perancis, tetapi berkembang ke negara-negara lain, bahkan di luar Perancis. Satu aspek utama yang menjadi perhatian adalah bintang Michelin yang telah menjadi fenomena tersendiri di dunia kuliner internasional. Bintang Michelin dalam perkembangannya tidak lagi sekedar memberikan panduan, tetapi menjadi satu penghargaan internasional dengan nilai prestise yang tinggi.

Keberadaan penghargaan yang diberikan oleh Michelin kepada restoran yang ada di seluruh dunia, menjadi sesuatu yang sangat berharga dan memotivasi mereka untuk mendapatkannya. Nilai sebuah bintang atau bahkan tiga bintang sekalipun menjadi sebuah momen dan kebanggaan tersendiri bagi pemiliknya. Sehingga para aktor yang ada dalam industri kuliner tersebut semakin terpacu dengan meningkatnya jam bekerja dan pencarian inspirasi untuk 'karya' mereka tidak hanya dalam wilayahnya, namun juga ke tempat atau wilayah yang unik dan jauh sekalipun. Restoran-restoran yang menerima bintang Michelin ini kemudian menjadi restoran nomor satu dengan kualitas makanan dan pelayanan yang berkualitas internasional, dengan harga makanan yang tinggi. Bintang Michelin ini dilihat sebagai bentuk tertinggi dari penghargaan atas layanan mewah yang diberikan oleh restoran.

Penulis melihat bahwa dibalik prestise tersebut, Panduan Michelin secara tidak langsung menciptakan apa yang disebut sebagai upaya universalisasi. Dengan menggunakan standar ala makanan Perancis dan Barat, Panduan Michelin menggunakan standar ukuran makanan dan penyajian ala Barat sebagai tolak ukur mereka. Dengan kata lain, restoran yang tidak

menyajikan makanan ala Barat akan kesusahan mengikuti standar penilaian dan maksud dari adanya bintang Michelin tersebut. Sebagaimana yang telah dibahas di bab III, restoran-restoran dari Jepang dan Thailand banyak yang memilih untuk mengembalikan bintang Michelin yang telah mereka terima. Ini dikarenakan restoran tersebut memiliki standard penyajian dan rasa makanan yang berbeda dari apa yang ada di Perancis dan Barat pada umumnya.

Daftar Pustaka

Alain Ducasse at The Dorchester. (2012, August 23). Retrieved August 23, 2012, from The Dorchester Web site: <http://www.thedorchester.com/alain-ducasse>

Andre, R. 2008. Health and Stress at Work. Organizational Behaviour: An Introduction to your life in Organizations. Prentice Hall
AbuAlrub R.F. & Al Zaru I.M. 2008. Job Stress, recognition, Job performance and intention to stay at work among Jordanian hospital nurses. Journal of Nursing Management 16, 227-236

Collingham, L. (2012). Taste of War: World War II and the Battle for Food, (New York: Penguin).

Dawson, Helen (1997). "British Michelin revived", The Observer 24 March 1997, p. 40

DeSoucey, M. (2010). Gastronationalism: Food Traditions and Authenticity in the European Union. American Sociological Review, vol 75.

Hendrix, C. and H. Brinkman (2015). "Food Insecurity and Conflict Dynamics: Causal Linkages and Complex Feedbacks," *Stability: International Journal of Security and Development* 2(2): 20-26.

O'Connell, Ronan. (2018). "The Bangkok chef who hates her Michelin star".
News.com.au. Retrived 12 December 2018

Pham, M. (2013). "Food as Communication," *Journal of International Service*, Issue 1,
(Spring): 1-22

MacVeigh, J. (2009). *International Cuisines*(1st Edition ed.). New York: Delmar.

Ministry of Foreign Affairs and International Development of France, 2016, *Good France – Press KIT*

Messer, E. and M. Cohen (2008). "Conflict, Food Insecurity, and Globalization,"
International Food Policy Research Institute, Food Consumption and Nutrition Division.

"The Michelin Guide", *The Manchester Guardian*, 28 March 1950

Vettel, Phil. "Michelin's Bib Gourmand awards go to 54 Chicago restaurants, with 8 newcomers".
Chicagotribune.com. Retrieved 17 June 2018