

Abstrak

TEMPE SEBAGAI INSTRUMEN GASTRODIPLOMASI INDONESIA DI JEPANG

Penelitian ini disusun dengan tujuan untuk menganalisis bagaimana potensi tempe sebagai instrumen pelaksanaan gastrodiplomasi Indonesia di Jepang dengan melihat semua keterlibatan aktor-aktor dalam praktiknya. Dalam proses gastrodiplomasi tempe Indonesia di Jepang, eksistensi aktor-aktor diplomasi menjadi penentu keberhasilan strategi gastrodiplomasi Indonesia di Jepang. Usaha diaspora hingga UMKM menjadi pion dalam lingkup strategi gastrodiplomasi tempe Indonesia di Jepang.

Penelitian ini disusun menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan sumber data primer dan sekunder yang didapatkan melalui teknik pengumpulan data *document-based research* dan wawancara dengan pihak yang relevan untuk penelitian. Kerangka konsep yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya adalah Gastrodiplomasi, Aktor-aktor Diplomasi, dan Ekspor

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tempe memiliki branding tersendiri sebagai *Super Food* yang kaya akan manfaat bagi tubuh dan telah diterima oleh masyarakat Internasional. Sebagai makanan olahan kedelai, tempe memiliki daya tarik sendiri di masyarakat Jepang, eksistensi tren tempe Indonesia di Jepang dipengaruhi oleh keberadaan usaha diaspora seperti Rusto's Tempeh dan Taiki Miyazaki, kedua usaha diaspora ini telah mendorong penyebaran tempe Indonesia di Jepang. Potensi tempe sebagai instrumen pelaksanaan gastrodiplomasi Indonesia juga dibuktikan dengan ekspor tempe UMKM seperti Rumah Tempe Azaki yang terus meningkat setiap tahun nya, secara tidak langsung membuktikan tingkat permintaan yang tinggi akan tempe Indonesia di Jepang.

Kata Kunci: Tempe, Gastrodiplomasi, Aktor Diplomasi, Indonesia, Jepang

Abstract

TEMPE AS AN INSTRUMENT OF INDONESIA GASTRODIPLOMACY IN JAPAN

This study was conducted with the aim of analyzing the potential of tempe as an instrument for implementing Indonesian gastrodiplomacy in Japan by looking at all the involvement of actors in its practice. In the process of Indonesian tempeh gastrodiplomacy in Japan, the existence of diplomatic actors determines the success of Indonesia's gastrodiplomacy strategy in Japan. Diaspora businesses to UMKM become pawns in the scope of Indonesia's tempeh gastrodiplomacy strategy in Japan.

This study was conducted using a descriptive qualitative method with primary and secondary data sources obtained through document-based research data collection techniques and interviews with relevant parties for the study. The conceptual framework used in this study includes Gastrodiplomacy, and Diplomacy Actors

The results of this study indicate that tempe has its own branding as a Super Food that is rich in benefits for the body and has been accepted by the international community. As a processed soy food, tempe has its own appeal in Japanese society, the existence of the Indonesian tempe trend in Japan is also influenced by the existence of diasporan businesses such as Rusto's Tempeh and Taiki Miyazaki, both of these diaspora businesses have encouraged the spread of Indonesian tempeh in Japan. In addition to diaspora businesses, the potential of tempeh as an instrument for implementing Indonesian gastrodiplomacy is also proven by the export of tempeh by MSMEs such as Rumah Tempe Azaki which continues to increase every year, indirectly proving the high level of demand for Indonesian tempeh in Japan.

Keywords: Tempe, Gastrodiplomacy, Diplomacy Actors, Indonesia, Japan