



# Gastrodiplomasi Indonesia-Jepang Melalui Rumah Tempe Azaki Dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia

Shofianty Dewy\*, Dina

Universitas Al-Ghifari

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Rumah Tempe Azaki dalam mendorong ekspor tempe ke pasar Jepang serta kontribusinya terhadap perekonomian nasional Indonesia melalui pendekatan gastrodiplomasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa studi kepustakaan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan secara deskriptif untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai strategi yang diterapkan serta dampaknya terhadap hubungan ekonomi bilateral dan citra Indonesia di Jepang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rumah Tempe Azaki memiliki peran strategis dalam penerapan gastrodiplomasi melalui upaya standarisasi kualitas produk yang menyesuaikan dengan ketentuan dan regulasi pangan di Jepang, adaptasi produk terhadap preferensi konsumen lokal, serta penguatan kemitraan dengan distributor dan pelaku usaha setempat. Implementasi strategi tersebut berkontribusi pada peningkatan ekspor tempe ke Jepang dan memperkuat diplomasi ekonomi Indonesia melalui perluasan akses pasar bagi produk pangan berbasis budaya. Selain memberikan dampak ekonomi berupa peningkatan nilai ekspor dan kontribusi terhadap devisa negara, aktivitas Rumah Tempe Azaki juga berperan dalam membangun citra positif Indonesia di kalangan masyarakat Jepang dengan memperkenalkan tempe sebagai produk kuliner sehat yang memiliki nilai budaya. Meskipun masih dihadapkan pada berbagai tantangan, seperti perbedaan standar produksi, regulasi impor, dan dinamika persaingan pasar, praktik gastrodiplomasi yang dijalankan terbukti efektif dalam mendukung pertumbuhan perekonomian nasional serta memperluas pengaruh budaya Indonesia di tingkat internasional.

**Kata Kunci:** Gastrodiplomasi, Diplomasi Ekonomi, Tempe, Ekspor, Jepang

DOI:

<https://doi.org/10.53697/iso.v6i1.3555>

\*Correspondence: Shofianty Dewy

Email: [shofianty.dewi@gmail.com](mailto:shofianty.dewi@gmail.com)

Received: 08-04-2026

Accepted: 08-05-2026

Published: 08-06-2026



**Copyright:** © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**Abstract:** This study aims to examine the role of Rumah Tempe Azaki in promoting tempeh exports to the Japanese market and its contribution to Indonesia's national economy through a gastrodiplomacy approach. A qualitative research design was employed, utilizing data collection techniques including literature review, in-depth interviews, and documentation. The data were analyzed descriptively to provide a comprehensive understanding of the strategies implemented and their impact on bilateral economic relations as well as Indonesia's image in Japan. The findings indicate that Rumah Tempe Azaki plays a strategic role in the implementation of gastrodiplomacy by ensuring product quality standardization in accordance with Japanese food regulations, adapting products to local consumer preferences, and strengthening partnerships with local distributors and business actors. These strategies have contributed to an increase in tempeh exports to Japan and have reinforced Indonesia's economic diplomacy by expanding market access for culturally based food products. In addition to generating economic benefits through increased export value and foreign exchange earnings, the activities of Rumah Tempe Azaki have also contributed to building a positive image of Indonesia among Japanese society by introducing tempeh as a healthy food product with strong cultural value. Despite facing several challenges, such as differences in production standards, import regulations, and market competition, the gastrodiplomacy practices implemented have proven effective in supporting national economic growth and enhancing Indonesia's cultural presence at the international level.

**Keywords:** Gastrodiplomacy, Economic Diplomacy, Tempe, Exports, Japan

## Pendahuluan

Diplomasi merupakan salah satu sarana utama dalam hubungan internasional yang dimanfaatkan oleh negara untuk mencapai kepentingan nasionalnya. Seiring dengan dinamika global, praktik diplomasi tidak lagi terbatas pada aspek politik dan keamanan, melainkan juga meluas ke ranah ekonomi dan budaya. Dalam konteks ini, diplomasi ekonomi menjadi pendekatan yang semakin penting dalam hubungan internasional kontemporer karena menitikberatkan pada penguatan perdagangan, investasi, serta kerja sama ekonomi antarnegara (Anugrah, 2023).

Perkembangan globalisasi turut mendorong meningkatnya relevansi konsep soft power dalam praktik diplomasi. Nye (2004) mengemukakan bahwa soft power merujuk pada kemampuan suatu negara untuk memengaruhi pihak lain melalui daya tarik budaya, nilai-nilai, dan kebijakan yang dimilikinya, tanpa mengandalkan tekanan atau kekuatan militer. Salah satu bentuk penerapan soft power dalam diplomasi publik adalah gastrodiplomasi, yakni penggunaan kuliner sebagai media untuk memperkenalkan identitas nasional sekaligus membangun citra positif suatu negara di mata masyarakat internasional (Untari, 2024).

Dalam kerangka gastrodiplomasi, kuliner dipandang sebagai sarana komunikasi lintas budaya yang efektif karena sifatnya yang universal dan mudah diterima oleh berbagai lapisan masyarakat. Melalui strategi ini, negara tidak hanya mempromosikan produk makanan, tetapi juga menyampaikan nilai budaya, gaya hidup, serta identitas nasional yang melekat pada kuliner tersebut. Oleh karena itu, gastrodiplomasi memiliki keterkaitan erat dengan diplomasi ekonomi, terutama dalam mendorong peningkatan ekspor produk kuliner dan memperluas akses ke pasar internasional (Nurdiana Abhiyoga, Strategi Gastrodiplomasi Tempe oleh Diaspora Indonesia di Amerika Serikat, 2021).

Gastrodiplomasi merupakan strategi yang memanfaatkan kuliner sebagai sarana untuk mempererat hubungan antarnegara, memperkenalkan nilai-nilai budaya, serta membangun citra positif suatu bangsa di mata internasional. Indonesia dan Jepang telah menjalin hubungan bilateral yang kuat sejak lama, dan dalam beberapa tahun terakhir pendekatan gastrodiplomasi semakin berperan penting dalam memperkokoh relasi kedua negara. Salah satu wujud nyata dari praktik tersebut adalah keberadaan Rumah Tempe Azaki, sebuah restoran sekaligus pusat budaya yang didirikan di Jepang oleh Azaki, seorang pengusaha asal Indonesia. Berangkat dari kecintaannya terhadap tempe, Azaki berinisiatif memperkenalkan makanan tradisional tersebut kepada masyarakat Jepang. Pada tahun 2014, Cucup Ruhiyat mendirikan Rumah Tempe Azaki yang tidak hanya berfungsi sebagai pabrik produksi tempe, tetapi juga sebagai ruang edukasi dan promosi budaya Indonesia (Ramdhan Triyadi Bempah, 2023).

Rumah Tempe Azaki berperan sebagai sarana gastrodiplomasi yang mengintegrasikan promosi kuliner dan budaya Indonesia melalui penyajian berbagai hidangan berbahan dasar tempe serta kegiatan edukatif dan kebudayaan. Keberadaan Rumah Tempe Azaki menunjukkan efektivitas gastrodiplomasi dalam membangun citra positif negara, memperkuat hubungan antar masyarakat, dan mendorong kerja sama ekonomi. Hal ini tercermin dari kegiatan ekspor tempe beku yang dilakukan secara rutin

ke Jepang dengan volume sekitar 35 ton per bulan, yang didistribusikan ke wilayah Kanto dan Kansai serta dipasarkan melalui jaringan supermarket Gyomu milik Kobe Bussan Co., Ltd. dengan ratusan gerai di seluruh Jepang. Selain Jepang, produk Rumah Tempe Azaki juga telah menjangkau pasar Korea Selatan dan Taiwan, sehingga memperlihatkan kontribusi gastrodiplomasi tidak hanya pada aspek budaya, tetapi juga pada perluasan pasar dan penguatan ekonomi kreatif Indonesia di tingkat internasional (Ersya, 2021).

Keberhasilan Tempe Azaki diterima di pasar Jepang menunjukkan daya saing produk tersebut di tingkat internasional. Capaian ini menjadikan Rumah Tempe Azaki sebagai contoh *survival innovation* bagi pelaku UKM, khususnya bagi pengrajin tempe di Kota Bogor, dalam mengembangkan produk berbasis inovasi dan ekspor. Kegiatan ekspor tempe ini juga mendapat apresiasi dari Kementerian Perdagangan karena menambah daftar komoditas pangan Indonesia yang mampu menembus pasar global. Selain itu, pemerintah menyatakan dukungannya terhadap kolaborasi FKDB dan Rumah Tempe Azaki untuk memperluas pasar ekspor ke negara lain guna meningkatkan volume dan keberlanjutan ekspor (Fadil, 2021).

Peneliti mengajukan judul penelitian “Gastrodiplomasi Indonesia–Jepang melalui Rumah Tempe Azaki dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia”. Penelitian ini disusun dengan merujuk pada sejumlah penelitian terdahulu yang relevan sebagai landasan konseptual dan empiris. Salah satu penelitian rujukan adalah jurnal tahun 2023 yang ditulis oleh Illiyyin Mursalina dari Program Studi Bisnis Internasional, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran, berjudul “Identifikasi dan Strategi Perluasan Pasar Ekspor Produk Tempe PT Azaki Food Internasional ke Negara Singapura”. Penelitian tersebut berfokus pada strategi ekspansi pasar ekspor tempe PT Azaki Food Internasional dengan lokus penelitian di Singapura (Mursalina, 2024).

Selain itu, penelitian ini juga mengacu pada jurnal tahun 2023 karya Nadia Putri Kurnia dari Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang berjudul “Potensi Produk Ekspor Keripik Tempe di Pasar Global”. Penelitian tersebut menelaah potensi keripik tempe sebagai komoditas ekspor Indonesia dalam konteks pasar internasional secara umum (Nadia Putri Kurnia A. B., 2023).

Adapun perbedaan utama antara penelitian ini dan penelitian terdahulu terletak pada aspek referensi, lokus, dan fokus kajian. Penelitian Illiyyin Mursalina menitikberatkan pada strategi perluasan pasar ekspor tempe PT Azaki Food Internasional ke Singapura, sedangkan penelitian ini mengkaji praktik gastrodiplomasi Indonesia–Jepang melalui Rumah Tempe Azaki dengan fokus pada kontribusinya terhadap perekonomian nasional. Sementara itu, penelitian Nadia Putri Kurnia memiliki perbedaan pada objek dan cakupan wilayah penelitian, yakni potensi ekspor keripik tempe secara global. Meskipun demikian, persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada pembahasan mengenai ekspor produk tempe serta peran gastrodiplomasi Indonesia sebagai instrumen pendukung dalam memperluas pasar internasional. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan kebaruan melalui integrasi perspektif gastrodiplomasi dan hubungan bilateral Indonesia–Jepang dalam konteks peningkatan perekonomian nasional.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena sosial, strategi, serta peran aktor dalam praktik gastrodiplomasi. Pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka, wawancara, dan dokumentasi. Data sekunder bersumber dari buku, artikel jurnal, laporan pemerintah, dan sumber daring yang relevan, sedangkan data primer diperoleh melalui wawancara dengan informan dari Rumah Tempe Azaki dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Analisis data dilakukan melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan validitas data dijaga melalui penerapan triangulasi sumber dan metode.

## Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan temuan penelitian, praktik gastrodiplomasi yang dijalankan oleh Rumah Tempe Azaki tidak hanya berperan dalam promosi budaya, tetapi juga memberikan dampak ekonomi yang nyata bagi Indonesia. Kegiatan ekspor tempe ke Jepang menunjukkan kontribusi Rumah Tempe Azaki dalam memperkuat diplomasi ekonomi melalui peningkatan nilai tambah produk pangan lokal dan perluasan penetrasi pasar internasional. Oleh karena itu, pembahasan hasil penelitian ini difokuskan pada dimensi ekonomi yang dihasilkan dari praktik tersebut.

### Rumah Tempe Azaki sebagai Aktor Ekonomi Gastrodiplomasi Indonesia

Rumah Tempe Azaki berperan sebagai aktor non-negara yang secara aktif mendukung pelaksanaan diplomasi ekonomi Indonesia melalui pemanfaatan produk kuliner tempe. Dalam perspektif hubungan internasional kontemporer, peran aktor non-negara semakin menguat karena kemampuannya menjangkau ruang-ruang interaksi ekonomi dan sosial yang tidak selalu dapat diakses secara langsung oleh negara. Melalui aktivitas ekspor tempe ke Jepang, Rumah Tempe Azaki menunjukkan bahwa pelaku usaha dapat berfungsi sebagai perpanjangan tangan negara dalam memperjuangkan dan merealisasikan kepentingan ekonomi nasional di tingkat global.

Kegiatan ekspor yang dilakukan oleh Rumah Tempe Azaki berkontribusi pada peningkatan nilai ekonomi tempe yang sebelumnya lebih dikenal sebagai produk konsumsi domestik. Dengan keberhasilan memasuki pasar Jepang, tempe mengalami transformasi makna dari sekadar pangan tradisional menjadi komoditas ekspor yang memiliki nilai jual dan daya saing internasional. Perubahan ini tidak hanya meningkatkan nilai tambah produk kuliner Indonesia, tetapi juga memperluas persepsi pasar global terhadap potensi pangan lokal Indonesia sebagai produk bernilai tinggi dan berstandar internasional.

Lebih lanjut, keberadaan Rumah Tempe Azaki turut membuka peluang ekonomi bagi berbagai sektor pendukung, seperti industri pengolahan pangan, pengemasan, distribusi, serta logistik. Aktivitas ekspor menuntut adanya rantai produksi dan distribusi yang terintegrasi, sehingga secara tidak langsung mendorong perputaran ekonomi di dalam negeri dan menciptakan efek berganda bagi sektor-sektor terkait. Dampak ini menunjukkan bahwa gastrodiplomasi tidak hanya berfungsi sebagai instrumen promosi budaya, tetapi juga sebagai sarana penguatan struktur ekonomi nasional melalui peningkatan aktivitas produksi dan perdagangan internasional.

Peran Rumah Tempe Azaki sebagai aktor ekonomi juga merefleksikan kontribusi strategis UMKM dalam mendukung perekonomian nasional. Keberhasilan UMKM dalam menembus pasar internasional menjadi indikator bahwa produk lokal Indonesia memiliki potensi besar untuk bersaing di tingkat global apabila dikelola secara profesional, berorientasi pada standar internasional, dan didukung oleh strategi ekspor yang berkelanjutan. Dengan demikian, praktik gastrodiploasi yang melibatkan aktor non-negara seperti Rumah Tempe Azaki tidak hanya memperkuat diplomasi ekonomi Indonesia, tetapi juga mendorong pemberdayaan UMKM sebagai pilar penting dalam pembangunan ekonomi nasional.

### **Standarisasi Produk sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Ekspor**

Standarisasi produk merupakan salah satu faktor fundamental dalam menunjang keberhasilan ekspor tempe ke pasar Jepang. Rumah Tempe Azaki menerapkan berbagai standar produksi guna memastikan bahwa produk tempe yang dihasilkan memenuhi persyaratan keamanan pangan internasional. Penerapan standar tersebut menjadi prasyarat utama agar tempe dapat diterima di Jepang, mengingat negara tersebut memiliki regulasi pangan yang ketat dan tingkat kesadaran konsumen yang tinggi terhadap aspek mutu dan keamanan produk.

Dalam perspektif ekonomi, standarisasi produk berperan penting dalam membangun dan menjaga kepercayaan pasar. Produk tempe yang diproduksi dengan standar yang jelas dan konsisten mampu menciptakan kepastian kualitas bagi distributor dan konsumen. Kepercayaan ini menjadi modal utama dalam menjalin hubungan dagang jangka panjang, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap keberlanjutan ekspor dan stabilitas pendapatan bagi pelaku usaha.

Selain meningkatkan kepercayaan pasar, standarisasi juga berimplikasi pada efisiensi proses produksi. Adanya prosedur operasional yang baku dan terukur menjadikan proses produksi lebih sistematis, terkontrol, dan minim kesalahan. Kondisi ini membantu pelaku usaha dalam mengurangi risiko kerusakan produk, menekan tingkat pemborosan, serta meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya, sehingga berdampak positif terhadap struktur biaya produksi.

Lebih lanjut, penerapan standar produksi mendorong peningkatan daya saing tempe Indonesia di pasar internasional. Produk tempe tidak lagi bersaing semata-mata dari sisi harga, tetapi juga dari aspek kualitas, keamanan pangan, dan konsistensi mutu. Dengan demikian, tempe Indonesia memiliki posisi yang lebih kuat dalam menghadapi persaingan dengan produk pangan olahan dari negara lain yang telah lebih dahulu mapan di pasar global.

Dari sudut pandang industri, standarisasi produk juga berfungsi sebagai instrumen peningkatan kapasitas pelaku usaha, khususnya UMKM. Proses pemenuhan standar internasional mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan kompetensi manajerial, teknologi produksi, serta pemahaman terhadap regulasi perdagangan internasional. Hal ini berkontribusi pada profesionalisasi UMKM dan memperkuat fondasi industri pangan nasional.

Secara keseluruhan, penerapan standarisasi produk oleh Rumah Tempe Azaki tidak hanya mendukung keberhasilan ekspor tempe ke Jepang, tetapi juga berkontribusi pada

penguatan citra Indonesia sebagai negara produsen pangan olahan yang mampu memenuhi standar global. Dengan kualitas dan keamanan yang terjamin, tempe Indonesia berpotensi menjadi komoditas ekspor unggulan yang berkelanjutan serta mendukung diplomasi ekonomi Indonesia di tingkat internasional.

### **Adaptasi Produk terhadap Pasar Jepang dalam Mendukung Ekspor**

Adaptasi produk menjadi strategi krusial dalam meningkatkan tingkat penerimaan tempe Indonesia di pasar Jepang yang memiliki karakteristik konsumen dan standar distribusi yang berbeda. Rumah Tempe Azaki menerapkan penyesuaian produk dengan mengekspor tempe dalam bentuk beku (*frozen tempe*), yang bertujuan untuk menjaga mutu, kesegaran, dan daya simpan produk selama proses penyimpanan dan distribusi lintas negara. Strategi adaptasi ini memiliki implikasi ekonomi yang signifikan karena mampu menekan risiko kerugian akibat penurunan kualitas atau kerusakan produk, sekaligus menjamin stabilitas pasokan di pasar tujuan.

Penggunaan bentuk beku juga memberikan fleksibilitas yang lebih besar dalam sistem distribusi dan penyimpanan, baik bagi distributor, peritel, maupun konsumen akhir. Dari perspektif ekonomi, kondisi ini berkontribusi pada peningkatan efisiensi rantai pasok melalui pengelolaan logistik yang lebih terkontrol dan terencana. Efisiensi tersebut memungkinkan perluasan jangkauan distribusi tempe ke berbagai wilayah di Jepang, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan volume penjualan dan keberlanjutan ekspor.

Selain penyesuaian bentuk produk, Rumah Tempe Azaki juga melakukan adaptasi pada aspek kemasan dan pelabelan. Desain kemasan dibuat lebih praktis, higienis, dan menarik, serta dilengkapi dengan informasi produk yang jelas dan mudah dipahami oleh konsumen Jepang. Penyesuaian ini tidak hanya meningkatkan daya tarik visual produk, tetapi juga memperkuat kepercayaan konsumen serta meningkatkan nilai jual tempe sebagai produk pangan olahan yang modern dan sesuai dengan kebutuhan pasar.

Secara keseluruhan, strategi adaptasi produk menunjukkan bahwa keberhasilan ekspor tidak hanya bergantung pada kualitas proses produksi, tetapi juga pada kemampuan pelaku usaha dalam memahami preferensi pasar dan perilaku konsumen di negara tujuan. Dengan menyesuaikan karakteristik produk terhadap kebutuhan pasar Jepang, Rumah Tempe Azaki berhasil meningkatkan daya saing tempe Indonesia sekaligus memperkuat posisinya dalam pasar pangan internasional.

### **Strategi Promosi sebagai Instrumen Peningkatan Nilai Ekonomi**

Strategi promosi yang dijalankan oleh Rumah Tempe Azaki tidak hanya berfokus pada pengenalan kuliner Indonesia, tetapi juga diarahkan untuk meningkatkan nilai ekonomi tempe sebagai komoditas ekspor. Kegiatan promosi dilakukan melalui berbagai saluran, antara lain partisipasi dalam pameran dagang serta aktivitas pengenalan produk secara langsung kepada konsumen Jepang. Pendekatan ini memungkinkan tempe diperkenalkan tidak hanya sebagai makanan tradisional, tetapi juga sebagai produk pangan yang memiliki nilai komersial dan potensi pasar yang luas.

Dalam kegiatan promosi tersebut, tempe diposisikan sebagai pangan sehat berbasis nabati yang sejalan dengan tren konsumsi global, khususnya meningkatnya minat terhadap pola makan sehat dan berkelanjutan. Penekanan pada aspek kesehatan, nilai gizi, dan

keberlanjutan produksi meningkatkan daya tarik tempe di kalangan konsumen Jepang, sehingga berdampak pada meningkatnya minat dan permintaan terhadap produk tempe asal Indonesia.

Peningkatan permintaan tersebut berimplikasi langsung pada bertambahnya volume ekspor dan pendapatan bagi pelaku usaha. Dalam jangka panjang, kondisi ini berpotensi mendorong pertumbuhan industri tempe di dalam negeri serta membuka peluang ekonomi yang lebih luas bagi pelaku usaha lain, khususnya UMKM di sektor pangan. Selain itu, strategi promosi yang efektif turut memperkuat citra Indonesia sebagai negara yang mampu menghasilkan produk pangan berkualitas dan bernilai ekonomi tinggi, sehingga berkontribusi pada penguatan posisi Indonesia dalam perdagangan internasional.

### **Kontribusi Ekspor Tempe terhadap Perekonomian Indonesia**

Kegiatan ekspor tempe yang dilakukan oleh Rumah Tempe Azaki memberikan kontribusi nyata terhadap perekonomian Indonesia, khususnya pada sektor industri pangan olahan. Dari perspektif makroekonomi, aktivitas ekspor ini berperan dalam meningkatkan penerimaan devisa negara serta memperkuat kinerja neraca perdagangan nasional. Meskipun volumenya masih relatif terbatas, ekspor tempe menunjukkan potensi ekonomi yang signifikan untuk dikembangkan lebih lanjut sebagai bagian dari strategi diplomasi ekonomi Indonesia. Kontribusi ekonomi ekspor tempe tercermin dari kemampuannya menghasilkan devisa bagi negara. Pemasukan devisa dari produk pangan olahan seperti tempe memiliki arti penting dalam mendukung stabilitas ekonomi nasional. Selain itu, ekspor tempe turut memperkaya struktur ekspor non-migas Indonesia dengan menambah ragam komoditas bernilai tambah yang dipasarkan ke luar negeri.

Di samping kontribusi devisa, ekspor tempe juga mendorong peningkatan nilai tambah produk lokal. Tempe yang dipasarkan ke pasar internasional telah melalui proses pengolahan, standarisasi, serta pengemasan yang meningkatkan nilai jualnya dibandingkan bahan baku mentah. Kondisi ini menegaskan pentingnya pengembangan industri hilir sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing dan kontribusi ekonomi produk pangan Indonesia. Aktivitas ekspor tempe juga berdampak pada penciptaan lapangan kerja di dalam negeri. Proses produksi, pengemasan, hingga distribusi ekspor membutuhkan keterlibatan tenaga kerja secara berkelanjutan. Dengan demikian, ekspor tempe berkontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja sekaligus meningkatkan pendapatan masyarakat yang terlibat dalam rantai nilai industri tempe.

Keberhasilan Rumah Tempe Azaki menembus pasar Jepang memberikan efek demonstratif bagi pelaku usaha lain, khususnya UMKM di sektor pangan. Capaian ini menunjukkan bahwa produk pangan tradisional Indonesia memiliki peluang ekonomi yang besar apabila dikembangkan dengan strategi yang tepat. Efek ini berpotensi mendorong tumbuhnya UMKM berbasis ekspor serta memperluas basis ekonomi nasional. Ekspor tempe juga mendukung upaya diversifikasi produk ekspor Indonesia. Pengembangan produk olahan bernilai tambah seperti tempe dapat mengurangi ketergantungan terhadap ekspor komoditas mentah. Diversifikasi ini penting untuk meningkatkan ketahanan ekonomi nasional dan mengurangi kerentanan terhadap fluktuasi harga komoditas global.

Lebih jauh, keberhasilan ekspor tempe berkontribusi pada peningkatan daya saing dan reputasi produk pangan Indonesia di pasar internasional. Kemampuan menembus pasar Jepang menjadi indikator bahwa produk pangan Indonesia mampu memenuhi standar global. Reputasi ini menjadi modal strategis bagi pengembangan ekspor produk pangan Indonesia lainnya. Melalui kegiatan ekspor, terbentuk jejaring ekonomi antara pelaku usaha Indonesia dan mitra usaha di Jepang. Jejaring ini membuka peluang kerja sama lanjutan serta perluasan pasar bagi berbagai produk Indonesia. Hubungan ekonomi yang berkelanjutan tersebut memperluas manfaat ekonomi yang dihasilkan dari ekspor tempe.

Ekspor tempe turut mendorong penerapan inovasi dalam industri pangan nasional. Tuntutan pasar internasional mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan efisiensi produksi, pengemasan, dan distribusi. Inovasi tersebut berkontribusi pada peningkatan produktivitas serta keberlanjutan industri tempe di dalam negeri. Dalam jangka panjang, pengembangan ekspor tempe berpotensi mendukung transformasi struktur ekonomi Indonesia menuju industri pengolahan yang bernilai tambah tinggi. Arah pengembangan ini sejalan dengan tujuan pembangunan ekonomi berkelanjutan yang menekankan penguatan sektor industri nasional.

Dengan demikian, kontribusi ekspor tempe melalui Rumah Tempe Azaki tidak hanya terbatas pada peningkatan devisa dan penyerapan tenaga kerja, tetapi juga mencakup penguatan daya saing industri pangan, diversifikasi ekspor, serta perluasan jejaring ekonomi internasional. Ekspor tempe menjadi contoh konkret bagaimana gastrodiplomasi dapat berperan sebagai instrumen pendukung pembangunan ekonomi Indonesia yang berkelanjutan.

### **Tantangan Ekonomi dalam Implementasi Gastrodiplomasi Tempe**

Meskipun memberikan dampak ekonomi yang positif, pelaksanaan gastrodiplomasi tempe melalui Rumah Tempe Azaki masih dihadapkan pada sejumlah tantangan ekonomi yang perlu dikaji secara komprehensif guna menjamin keberlanjutan pengembangan ekspor tempe. Identifikasi terhadap berbagai kendala tersebut menjadi penting agar strategi ekspor dapat dirumuskan secara lebih efektif dan berjangka panjang. Salah satu tantangan utama berkaitan dengan tingginya biaya logistik internasional, terutama karena tempe diekspor dalam bentuk beku. Kebutuhan akan sistem rantai dingin (*cold chain*) dalam proses penyimpanan dan distribusi lintas negara menyebabkan peningkatan biaya operasional yang signifikan. Kondisi ini berpotensi menekan margin keuntungan dan menjadi beban tersendiri bagi pelaku usaha, khususnya UMKM, dalam menjaga efisiensi dan daya saing produk.

Tantangan berikutnya adalah ketergantungan pada bahan baku kedelai impor. Fluktuasi harga kedelai di pasar global dapat memengaruhi struktur biaya produksi tempe secara langsung. Ketergantungan tersebut berpotensi menimbulkan ketidakstabilan pasokan dan harga, yang pada akhirnya berdampak pada keberlanjutan produksi serta konsistensi ekspor tempe ke pasar internasional. Selain faktor biaya dan bahan baku, persaingan dengan produk pangan lokal Jepang berbasis kedelai, seperti natto, juga menjadi tantangan dalam memperluas pangsa pasar. Produk lokal memiliki keunggulan dari sisi kedekatan budaya, preferensi konsumen, serta jaringan distribusi yang telah

mapan. Oleh karena itu, tempe Indonesia perlu terus dikembangkan melalui inovasi produk dan penguatan nilai tambah agar memiliki keunikan serta daya saing ekonomi yang jelas.

Tantangan ekonomi lainnya berkaitan dengan keterbatasan akses UMKM terhadap pembiayaan dan fasilitas ekspor. Kegiatan ekspor memerlukan modal yang relatif besar, baik untuk pemenuhan standar produksi, pengemasan, maupun distribusi internasional. Tanpa dukungan pembiayaan dan fasilitas yang memadai, upaya pengembangan ekspor tempe berpotensi menghadapi berbagai hambatan struktural. Untuk mengatasi berbagai tantangan tersebut, diperlukan dukungan kebijakan pemerintah yang berkelanjutan dan terintegrasi. Upaya penguatan produksi kedelai dalam negeri, fasilitasi ekspor bagi UMKM, serta peningkatan promosi produk pangan Indonesia di pasar global menjadi langkah strategis yang perlu dioptimalkan. Dengan dukungan kebijakan yang tepat, gastrodiplomasi tempe diharapkan dapat terus berkembang sebagai instrumen yang efektif dalam memperkuat perekonomian Indonesia.

## Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, gastrodiplomasi melalui Rumah Tempe Azaki terbukti berperan signifikan dalam mendukung diplomasi ekonomi Indonesia. Pemanfaatan tempe sebagai produk kuliner khas tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi budaya di Jepang, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan nilai tambah produk pangan lokal dan perluasan akses pasar internasional. Sebagai aktor non-negara, Rumah Tempe Azaki menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran strategis dalam mendukung kepentingan ekonomi nasional melalui kegiatan ekspor yang berkelanjutan. Penerapan strategi standarisasi produk, adaptasi terhadap preferensi pasar Jepang, serta promosi yang menekankan nilai kesehatan dan keberlanjutan terbukti meningkatkan daya saing tempe Indonesia sekaligus memperkuat citra Indonesia sebagai produsen pangan olahan yang berdaya saing global. Meskipun demikian, pelaksanaan gastrodiplomasi tempe masih menghadapi tantangan, terutama terkait biaya logistik, ketergantungan bahan baku impor, dan persaingan dengan produk lokal. Oleh karena itu, dukungan kebijakan pemerintah melalui penguatan bahan baku domestik, fasilitasi ekspor UMKM, dan promosi internasional diperlukan agar gastrodiplomasi tempe dapat memberikan kontribusi ekonomi yang optimal dan berkelanjutan bagi Indonesia.

## Referensi

- Anugrah, A. M. (2023). GASTRODIPLOMASI JEPANG MELALUI PROGRAM APAN HALAL FOOD PROJECT (JHFP) DI INDONESIA. UNIVERSITAS BOSOWA.
- Chapple-Sokol, S. (2012). Culinary Diplomacy: Breaking Bread to Win Hearts and Minds. *The Hague Journal of Diplomacy*.
- Dian Anggraeni, E. K. (2016). Gastrodiplomacy "Washoku" Jepang Di Amerika Serikat. *Paradigma: Jurnal Masalah Sosial, Politik, dan Kebijakan*.

- 
- Ersya, A. (2021, Oktober 18). Rumah Tempe Azaki Ekspor 13,8 Ton Tempe ke Jepang. Forum Komunikasi Doa Bangsa.
- Fadil, V. (2021, Juni 17). Cetak Sejarah Baru, FKDB Ekspor Tempe Azaki ke Jepang. Warta ekonomi.Co.id.
- Feliza Clairine Althafa, D. D. (2025). Analisis Peluang Dan Tantangan Perdagangan Sektor Pertanian (Studi Kasus Ekspor Pertanian Indonesia - Jepang). JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN MANAJEMEN .
- Fikri Aldi Dwi Putro, N. K. (2023). Ekspor Teh Hitam Indonesia ke Jepang: Struktur Pasar dan Daya Saing. Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan.
- Gareta, S. P. (2021, JUNI 18). Tempe produk UKM diekspor ke Jepang, Mendag: Makanan RI makin mendunia. ANTARA RIAU.
- Henike Primawanti, Y. N. (2025). Gastrodiplomacy of Bandung City in Advancing MSMEs by Utilizing Digital Transformation. International Conference on Business, Economics, Social Sciences, and Humanities (ICOBEST) Universitas Komputer Indonesia.
- Kementerian Perindustrian. (2025). Pasar Potensial Ekspor Keripik Tempe, Peluang bagi IKM Pangan Go Global. DIREKTORAT JENDERAL INDUSTRI KECIL, MENENGAH, DAN ANEKA KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN.
- Lestari Sukarniati, F. R. (2024). Competitiveness of Indonesia's export products with IJEPa cooperation framework. Jurnal Ekonomi dan Pembangunan.
- Maylan I.Prastika, J. S. (2023). Export Performance of Indonesian Frozen Shrimp to Japan. European Journal of Agriculture and Food Sciences (EJFOOD).
- Meilinda Anastasia Sembiring, R. M. (2024). JAPAN GASTRODIPLOMACY IN PRACTICES: THE WASHOKU PROGRAM TOWARDS INDONESIA. Sociae Polites: Majalah Ilmiah Sosial Politik.
- Mia Ayu Wardani, S. M. (2018). Competitiveness and Factors Affecting Indonesian Food Industry's Export to Regional Comprehensive Economic Partnership. Jurnal Ekonomi dan Bisnis.
- Muhamad Rizki Fauzi, M. F. (2024). Pengembangan Produk Pangan Ekspor Potensial Indonesia Studi Kasus Keripik Talas pada Program Studi Independen Bersertifikat di Sekolah Ekspor. KARIMAH TAUHID KARYA ILMIAH MAHASISWA BERTAUHID.

- Muljabar, H. (2024). Research of Trend Gastro Diplomacy in Indonesia. *Journal of Islamic World and Politics* .
- Muljabar, H. (2024). Research of Trend Gastro Diplomacy inIndonesia. *Journal of Islamic World and Politics*.
- Mursalina, I. (2024). Identifikasi Dan Strategi Perluasan Pasar Ekspor Produk Tempe PT Azaki Food Internasional Ke Negara Singapura. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* .
- Nadia Mahza Prameswari, H. S. (2022). Gastrodiplomasi Korea selatan dalam Upaya Nation Branding di Indonesia sebagai Negara Muslim Terbesar. *Journal of International Relations Diponegoro*.
- Nadia Putri Kurnia, A. B. (2023). Potensi Produk Ekspor Keripik Tempe di Pasar Global. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* .
- Nadia Putri Kurnia, A. B. (2023). Potensi Produk Ekspor Keripik Tempe di Pasar Global. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*.
- Nurdiana Abhiyoga, Y. K. (2021). Strategi Gastrodiplomasi Tempe oleh Diaspora Indonesia di Amerika Serikat. *Padjadjaran Journal of International Relations*.
- Nurdiana Abhiyoga, Y. K. (2021). Strategi Gastrodiplomasi Tempe oleh Diaspora Indonesia di Amerika Serikat. *Padjadjaran Journal of International Relations*.
- Rahmat Kusnedi, W. A. (2025). The Role of Gastrodiplomacy in Enhancing Indonesian Culinary Tourism Abroad. *KnE Social Sciences*.
- Ramdhan Triyadi Bempah, A. N. (2023, September 28). Mengenal Rumah Tempe Azaki di Bogor, Disebut Pabrik Tempe Terbesar di Dunia. *Kompas.com*.
- Rifin, A. (2017). Determinants of Exporting Firmin Indonesian Food Processing Sector. *International Research Journal of Business Studies (IRJBS)*.
- Sabaruddin, S. S. (2016). Grand Design Diplomasi Ekonomi Indonesia: Sebuah Pendekatan Indeks Diplomasi Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 69-90.
- Senny Luckyardi, D. A. (2022). PEMASARAN KULINER INDONESIA BERBASIS DIGITAL MARKETING SEBAGAI SARANA GASTRO DIPLOMASI. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia* .
- Siagian, Y. A. (2020). KEPENTINGAN INDONESIA DALAM KERJA SAMABILATERAL DENGAN JEPANG STUDI KASUS: INDONESIA-JAPAN ECONOMIC PARTNERSHIP AGREEMENT (IJEPA). *paradigmapolistaat*.

Sri Dewi Larasati, M. (2025, Desember 21). Menteri Kebudayaan menilai tempe bisa jadi senjata gastrodiplomasi. ANTARA KANTOR BERITA INDONESIA.

Untari, D. T. (2024). Gastrodiplomasi Sebagai Media Branding Wisata Kuliner Nusantara. Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial.