

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

Konsumsi merupakan salah satu faktor berkembangnya ekonomi Indonesia yang mana juga sebagai indikator perkembangan di Indonesia. Karena konsumsi rumah tangga di kebanyakan negara untuk pengeluaran konsumsi sekitar 60-75 persen dari penduduknya. Faktor terpengaruhnya masyarakat dengan budaya kuliner Jepang dari gastrodiplomasi. Gastrodiplomasi dikenal istilah baru dari diplomasi di bidang makanan yang disebut dengan gastrodiplomasi. Gastrodiplomasi merupakan suatu praktek komunikasi state-to-public yang menggunakan makanan sebagai elemen utama untuk memberikan pemahaman budaya kuliner Jepang kepada negara lainnya.

Hal ini sejalan dengan pertumbuhan industri makanan dan minuman Indonesia yang meningkat dari tahun 2011 hingga 2022 seperti terlihat pada banyaknya warung masakan Jepang tumbuh banyak di Indonesia. Landasan dasarnya, dimana masyarakat konsumen dipengaruhi oleh gastrodiplomasi yang merupakan cabang dari *soft power* Jepang. Kemampuan Perhatian *soft power* adalah kemampuan tidak berwujud suatu negara dalam mempengaruhi negara lain untuk mencapai tujuan politik dan ekonomi. Berdasarkan dataindustry.com, kinerja industri makanan dan minuman mencatatkan pertumbuhan positif selama tiga bulan sebesar 2,56 persen. Sementara itu, industri makanan dan minuman akan tumbuh setiap tahun sebesar 3,75 persen pada tahun 2022. Pertumbuhan positif ini telah menyebabkan perkembangan positif yang konstan selama beberapa tahun terakhir.

Data penelitian ini dengan hasil analisis data konsumen yang diperoleh adalah konsumen di warung Wasabi sebagian besar menempati sebagai masyarakat konsumtif dikarenakan dari hasil penganalisisan data yang didapatkan bahwa tingkat perilaku masyarakat konsumsi di warung Wasabi masuk dalam kategori style, maka dapat disimpulkan bahwa peneliti benar bahwa masyarakat dalam penelitian ini adalah, masyarakat bangga jika mengkosumsi masakan Jepang dibandingkan dengan masakan lokal, yang mana ini mengesampingkan kebutuhan dasar mereka. Dengan kata lain, masyarakat tidak lagi membeli barang hanya didasari oleh kebutuhan tetapi juga keinginan.