

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang memiliki keberagaman budaya, bahasa, dan kuliner, yang terkenal di berbagai dunia. Salah satu aspek yang semakin banyak mendapat perhatian di luar negeri adalah kuliner, yang tidak hanya menyajikan cita rasa yang khas, tetapi mencerminkan identitas dan tradisi masyarakat Indonesia. Jenis makanan yang cukup populer dan menjadi ikon kuliner Indonesia adalah bakso. Makanan yang terbuat dari daging giling dan dibentuk bola-bola kecil, bakso memiliki cita rasa yang khas dan mudah disesuaikan dengan selera. Pendapat tersebut sejalan dengan Rozi menyatakan “Bakso atau baso adalah jenis bola daging yang lazim ditemukan pada jenis makanan di Indonesia, umumnya terbuat dari daging sapi, ayam, ikan atau udang, bahkan kerbau.” (Rozi, 2022).

Jepang salah satu negara maju di Asia dengan kebudayaan kuliner yang unik dan mendalam telah menjadi salah satu negara yang semakin terbuka terhadap berbagai jenis makanan internasional, termasuk makanan Indonesia. Sejalan dengan pendapat Chisan, Muhlisian, dan Putri (2022) menyatakan “Jepang terutama anak-anak muda yang memiliki rasa penasaran yang tinggi tentang makanan luar negeri ataupun makanan yang sedang *up to date*.” Eksistensi makanan Indonesia di Jepang menunjukkan fenomena menarik di tengah globalisasi dan

perkembangan tren kuliner dunia. Meskipun makanan Jepang seperti sushi, ramen, dan tempura sudah lama mendominasi pasar internasional, namun kehadiran makanan Indonesia mulai menemukan ruang tersendiri di kalangan masyarakat Jepang baik melalui restoran, media sosial, festival kuliner dan lain-lain.

Peningkatan minat terhadap makanan Indonesia di Jepang dipengaruhi beberapa faktor, seperti meningkatnya mobilitas antarnegara, perkembangan pariwisata, serta adanya upaya promosi yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia dan diaspora Indonesia di Jepang. Salah satu bentuk nyata eksistensi kuliner Indonesia di Jepang adalah perusahaan Tini Dango di Gunma Jepang, yang berusaha memperkenalkan dan mempopulerkan bakso sebagai salah satu hidangan khas Indonesia di pasar Jepang. Tini dango tidak hanya menawarkan bakso sebagai menu utama, tetapi juga mengadaptasi cita rasa lokal untuk memenuhi selera konsumen Jepang.

Penelitian ini mengambil judul Eksistensi Kuliner Indonesia di Jepang dikarenakan peneliti melihat bahwa objek penelitian (Tini Dango) menjadi populer setelah dikenalkan di kota Gunma pada tahun 2023. Alasan kedua adalah belum ditemukan penelitian yang berkaitan dengan kepopuleran objek penelitian. Alasan ketiga adalah eksistensi kuliner Indonesia dapat diterima oleh masyarakat Jepang dikarenakan memiliki kemiripan dengan unsur kuliner Jepang. Alasan keempat adalah objek

penelitian memiliki urutan pilihan kuliner halal di kota Gunma dengan nomor ke-10.

Penelitian ini merupakan penelitian baru yang mengulik kuliner Indonesia di kota Gunma, Jepang. Oleh sebab itu, peneliti ingin menemukan keberhasilan kuliner bakso dengan menggunakan bahan-bahan yang berbeda tanpa mengurangi rasa dan ciri khas bakso seperti di Indonesia. Kemudian muncul peluang baru bagi kuliner bakso di kota Gunma khususnya pada bidang bisnis, sehingga kuliner tersebut berkembang dengan membuka cabang maupun membuka program *reseller*. Selain itu, terdapat kemunculan proses adaptasi pada akulturasi makanan Indonesia.

Berdasarkan beberapa hal yang dipaparkan di atas, maka peneliti akan mengangkat studi kasus kuliner bakso di perusahaan Tini Dango di Jepang. Perusahaan ini dipilih karena merupakan salah satu contoh nyata keberhasilan usaha kuliner Indonesia yang mampu bertahan dan berkembang di pasar internasional. Bakso sebagai makanan khas Indonesia memiliki cita rasa unik yang cukup berbeda dengan makanan Jepang, sehingga menarik untuk dikaji bagaimana strategi adaptasi, pemasaran, dan penerimaan konsumen dilakukan oleh Tini Dango. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran lebih jelas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan dan tantangan yang dihadapi dalam memperkenalkan bakso di pasar kuliner Jepang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, untuk menghindari pembahasan yang terlalu luas, maka peneliti memfokuskan penelitian eksistensi kuliner Indonesia, khususnya bakso di Jepang dengan studi kasus pada perusahaan Tini Dango. Secara spesifik peneliti merumuskan beberapa rumusan masalah, sebagai berikut.

- a. Bagaimana eksistensi kuliner Indonesia bakso pada Perusahaan Tini Dango di Jepang?
- b. Bagaimana tantangan dan kendala yang dihadapi oleh Perusahaan Tini Dango di Jepang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Mendeskripsikan eksistensi kuliner bakso Indonesia Tini Dango di Jepang.
- b. Mendeskripsikan tantangan dan kendala yang dihadapi oleh perusahaan Tini Dango di Jepang.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis.

- a. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada berbagai bidang keilmuan, seperti studi kuliner, bisnis internasional, dan sosiologi budaya.

b. Manfaat Praktis

a) Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat membantu pembaca dalam memahami bagaimana makanan khas suatu negara dapat beradaptasi di lingkungan budaya yang berbeda, baik segi rasa, penyajian, maupun strategi *branding*. Selain itu, dapat menjadi referensi mengenai skripsi bidang budaya Jepang dan dapat dimanfaatkan oleh masyarakat yang ingin membuka usaha kuliner Indonesia di Jepang.

b) Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai strategi bisnis kuliner di luar negeri, referensi dalam studi kuliner global. Selain itu, penelitian ini bermanfaat untuk syarat memperoleh gelar Sarjana Sastra.

c) Bagi Pengusaha Kuliner

Penelitian ini dapat menjadi referensi dalam merancang strategi pemasaran, melakukan inovasi publik, serta merencanakan ekspansi usaha kuliner Indonesia di luar negeri, khususnya Jepang. Penelitian ini juga memberikan gambaran nyata mengenai peluang, tantangan, dan adaptasi yang diperlukan dalam memperkenalkan kuliner nusantara di pasar internasional.