

BAB VI

PENUTUP

VI.1 Kesimpulan

Upaya diplomasi yang dilakukan Indonesia dalam mempromosikan rempah rempah Indonesia khususnya di Belanda melalui program Indonesia Spice Up The World tahun 2021-2024 dilakukan melalui dua pendekatan utama yaitu gastrodipomasi dan *multi-track diplomacy*. Pada pendekatan gastrodipomasi, KBRI Den Haag sebagai aktor negara yang memegang peran penting dalam upaya promosi rempah di belanda, telah melakukan beberapa kegiatan yan cukup relevan dan sesuai dengan program ISUTW. KBRI Den Haag melakukan 3 dari 6 strategi gastrodipomasi yaitu *food event strategy* dimana KBRI aktif mengikuti dan menyelenggarakan festival kuliner, lalu ada *education strategy* atau KBRI Den Haag secara aktif melakukan berbagai kegiatan untuk meningkatkan persebaran informasi mengenai pemahaman budaya Indonesia khususnnya dalam bidang rempah, dan terakhir *coalition building strategy* atau membangun koalisi dimana KBRI Den haag juga melakukan kerjasama dengan aktor-aktor lain seperti PPI Belanda, Yayasan Negeri Rempah dan berbagai pelaku UMKM dalam melaksanakan upaya promosi rempah Indonesia di Belanda.

Pada *food event strategy*, KBRI di Den Haag berhasil mengadakan acara Indonesia Spice Week Amsterdam pada tahun 2024, Pelaksanaan Pasar Indonesia 2024, dan juga mengikuti beberapa festival seperti Tong Tong Fair tahun 2022. Pada pekan rempah 2024, acara tersebut terdiri dari beberapa rangkaian acara yang secara umum telah mempromosikan rempah Indonesia di Belanda. setiap kegiatan yang diadakan pada pekan rempah ini menunjukkan komitmen serius dari KBRI Den Haag dalam mempromosikan rempah Indonesia di Belanda seperti penggunaan Indonesia House Amsterdam (IHA) untuk dijadikan tempat memperjualbelikan produk UMKM yang mayoritas merupakan produk rempah, bumbu olahan dan produk makanan dari Indonesia. Selanjutnya pada perhelatan Pasar Indonesia 2024, KBRI Den Haag juga telah berhasil membantu memperdagangkan berbagai produk UMKM Indonesia yang gagal untuk mengikuti Tong-Tong Fair 2024 karena pembatalan oleh pihak penyelenggara secara tiba-tiba. Pada strategi pelaksanaan

gastrodiplomasi melalui *food event strategy* yang dilakukan oleh KBRI Den Haag terbilang telah dilakukan secara maksimal.

Selanjutnya pada *Education strategy*, KBRI Den Haag telah melakukan beberapa upaya seperti diadakannya forum akademik pada acara Indonesia Spice Week tahun 2024 yang berhasil mengumpulkan berbagai akademisi di Belanda khususnya yang berasal dari Universiteit van Amsterdam (UvA) untuk bersama-sama membahas mengenai sejarah dan juga diskusi mengenai jalur rempah Indonesia. Acara ini terbilang cukup sukses dengan menghadirkan Mantan Menteri Luar Negeri Indonesia, Hassan Wirajuda untuk menjadi pembicara utama pada acara tersebut. Selain itu, pada tahun 2021, KBRI juga mengadakan sebuah acara di Hotel Jakarta, Amsterdam untuk menunjukkan demonstrasi memasak kepada para influencer Belanda dimana hal ini merupakan salah satu upaya adaptasi dari adanya program ISUTW yang pada saat itu baru saja diluncurkan. Pemberian edukasi ini bermanfaat untuk memberi pemahaman kepada para influencer Belanda mengenai bagaimana peran rempah yang sangat beragam dalam pembuatan makanan khas Indonesia.

Berikutnya pada bagian *coalition building strategy*, Indonesia dalam hal ini KBRI Den Haag berhasil membangun koalisi atau hubungan dengan berbagai pihak seperti pelaku bisnis, kuliner dan juga UMKM melalui berbagai acara seperti festival kuliner dan juga acara *fine dining* di hotel yang diadakan dalam rentang waktu 2021-2024. KBRI Den Haag juga berhasil bekerjasama dengan NGO yaitu Yayasan Negeri Rempah sebagai NGO yang bergerak di bidang riset dan pengetahuan terkait narasi sejarah rempah dan jalur rempah Indonesia. KBRI Den Haag juga pernah bekerjasama dengan salah satu influencer Indonesia di Belanda yaitu Helen Smith dalam memperkenalkan rempah dan kuliner Indonesia kepada influencer Belanda. Terakhir, KBRI Den Haag juga bekerjasama dengan PPI di Belanda untuk meningkatkan proses penyebaran informasi terkait upaya diplomasi rempah Indonesia di Belanda.

Teori *multi-track diplomacy* yang diangkat pada penelitian ini berfungsi untuk mempertegas bahwa dalam upaya promosi rempah Indonesia di Belanda tidak hanya mengandalkan peran satu aktor saja, melainkan juga sinergi dari

beberapa aktor baik negara maupun non-negara dalam mencapai target atau tujuan dari upaya diplomasi yang dilakukan. Pada penelitian ini penulis memasukan 3 track utama yaitu *track 2 non-government* atau aktor non negara dalam hal ini peran PPI di Belanda dan juga Yayasan Negeri rempah sebagai organisasi non pemerintah. *Track 3* yaitu sektor bisnis seperti pelaku UMKM dan pemilik restoran di Belanda, *track 4: private citizen* atau dalam hal ini diaspora dan *track 9 : media and public opinion* dalam hal ini media sosial. Beberapa track tersebut saling berkesinambungan untuk mencapai target dan tujuan dari upaya diplomasi rempah Indonesia melalui program ISUTW tahun 2021-2024.

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, data menunjukkan bahwa Kemenparekraf merupakan Kementerian yang paling aktif dalam proses pelaksanaan dan penyebaran kampanye program ISUTW ini. Namun, data yang dirilis kepada publik hanya berupa laporan dari berbagai kegiatan yang dilakukan oleh Kemenparekraf terkait program ini, seperti dilakukannya *weekly brief* terkait perencanaan strategi untuk mencapai target program ISUTW, Kemenparekraf datang ke peresmian restoran di beberapa negara, atau mengadakan pertemuan dengan lembaga lain seperti BRIN untuk membahas proses bantuan pembiayaan bagi para pelaku usaha UMKM atau restoran Indonesia di luar negeri. Tidak ada laporan khusus yang menunjukkan bagaimana program ini berjalan sejak tahun 2024 sehingga penulis kesulitan untuk mengidentifikasi secara menyeluruh upaya apa saja yang telah dilakukan pada program ISUTW ini. Perpecahan antara Kementerian Ekonomi Kreatif dengan Kementerian Pariwisata juga menjadi salah satu tantangan dalam menganalisis upaya diplomasi Indonesia dalam mempromosikan rempah melalui Program ISUTW tahun 2021-2024

Berikutnya, di Belanda juga terdapat peningkatan restoran Indonesia. Peningkatan tersebut dilihat berdasarkan dashboard gastrodiplomasi dari Kementerian Luar Negeri dimana pada tahun 2021 jumlah restoran Indonesia di Belanda terdapat sebanyak 295 restoran dan pada tahun 2024 jumlahnya meningkat hingga 393 restoran. Namun, Duta Besar Indonesia untuk Belanda menyatakan terdapat sebanyak 419 jumlah restoran Indonesia termasuk warung, toko, dan juga catering yang dikelola oleh diaspora Indonesia. Meskipun tidak secara spesifik

peningkatan ini dipengaruhi oleh adanya program ISUTW, namun adanya peningkatan jumlah restoran Indonesia di Belanda ini sejalan dengan salah satu pilar dari program ISUTW yaitu meningkatkan pendirian restoran di luar negeri. Selain itu, KBRI Den Haag saat ini juga sedang mengupayakan rempah dan makanan khas Indonesia untuk dapat ‘naik kelas’, tidak hanya dikenal sebagai *street food* saja, melainkan juga bisa dijadikan sebagai ‘*main course*’ dari sebuah jamuan makan formal atau ‘*fine dining*’. Hal ini dapat dijadikan *entry point* bagi Indonesia untuk meningkatkan pembukaan restoran Indonesia yang memiliki konsep ‘*fine dining*’ dengan menu utamanya makanan khas Indonesia.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Program ISUTW di Belanda cenderung belum begitu massif persebaran informasinya sehingga belum banyak yang mengetahui mengenai adanya program ini. Meskipun target dari program ISUTW itu sendiri di mancanegara belum berhasil untuk mencapai tujuan utamanya dan masih banyak juga tantangan yang dihadapi oleh Indonesia dalam mempromosikan rempah berikut makanan khas Indonesia. Namun, setelah diteliti lebih dalam, KBRI Den Haag dalam berbagai program kerjanya dan juga aktor-aktor non negara yang berperan dalam upaya diplomasi untuk promosi rempah, telah melaksanakan upaya khususnya melalui gastrodipomasi dalam rangka mempromosikan rempah Indonesia di Belanda dimana upaya-upaya tersebut telah sejalan dengan pilar-pilar yang ada pada program ISUTW khususnya pada pilar promosi kuliner dan pendirian restoran di luar negeri. Pada promosi kuliner di Belanda, Indonesia khususnya KBRI Den Haag memanfaatkan kecenderungan masyarakat Belanda yang menyukai *storytelling* atau narasi terkait sejarah untuk mengadakan *Indonesia Spice Week* khususnya pada forum akademik. Bertambahnya pemahaman masyarakat Belanda dapat meningkatkan ketertarikannya terhadap rempah dan juga kuliner Indonesia sehingga hal tersebut dapat meningkatkan citra baik Indonesia di mata publik internasional terutama publik Belanda. Selain itu diadakannya berbagai festival budaya dan keikutsertaan diaspora Indonesia di berbagai festival kuliner seperti pasar malam juga menunjukkan bahwa adanya peningkatan upaya Indonesia dalam mempromosikan rempah Indonesia melalui program ISUTW khususnya pada pilar promosi kuliner. Terakhir, peran dari berbagai aktor juga mempengaruhi pelaksanaan program

ISUTW ini baik pada periode pertama maupun pada periode selanjutnya apabila program ini akan dilanjutkan.

VI.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, terdapat beberapa saran yang ingin penulis sampaikan terkait penelitian ini. Pertama, saran ini ditujukan untuk para akademisi yang nantinya dapat dijadikan sebagai pertimbangan dan juga referensi dalam penulisan penelitian selanjutnya. Kedua saran ini ditujukan untuk para praktisi atau aktor yang berperan dalam upaya diplomasi seperti pemerintah dan aktor non-negara lainnya untuk dapat menjadi acuan atau referensi pembuatan kebijakan mengenai upaya diplomasi Indonesia yang akan datang. Saran-saran berikut antara lain.

VI.2.1 Saran Akademis

Saran akademis untuk penelitian selanjutnya yang dapat penulis berikan adalah, peneliti berikutnya dapat lebih spesifik meneliti bagaimana Program ISUTW berjalan di negara lain selain Belanda karena penulis hanya fokus pada negara Belanda saja. Penelitian berikutnya dapat mengangkat tema mengenai perbandingan implementasi program ISUTW di Negara Belanda dan Negara lainnya seperti Dubai atau Australia. Selain itu, penelitian berikutnya juga dapat meneliti secara spesifik mengenai dampak ekonomi dari upaya promosi rempah melalui pelaksanaan program ISUTW, karena pada penelitian ini penulis hanya berfokus pada upaya diplomasi Indonesia dalam mempromosikan rempah-rempah Indonesia di Belanda. penulis menyarankan untuk peneliti selanjutnya agar dapat melakukan wawancara dengan berbagai aktor yang terlibat khususnya aktor pemerintah dan membaca jurnal atau artikel lebih banyak agar data yang didapatkan lebih beragam dan variatif sehingga dapat mendukung hasil penelitian yang dilakukan.

VI.2.2 Saran Praktis

Saran yang dapat penulis sampaikan untuk para praktisi khususnya pemerintah adalah terkait *sustainability* dari pembuatan program pemerintah.

Kendala yang dialami oleh kebanyakan program kerja pemerintah adalah sulit untuk bertahan. Para praktisi khususnya pemerintah sebagai pembuat kebijakan seharusnya dapat lebih memikirkan dampak jangka panjang dari pembuatan sebuah program tertentu. Dengan memikirkan dan merencanakan lebih matang pembuatan sebuah program kerja, hal itu dapat meningkatkan efektifitas program kerja yang nantinya akan dilaksanakan. Program Indonesia Spice Up The World ini dapat dikatakan sebagai program yang masih *premature* atau belum siap untuk dijalankan. Maka dari itu, Saran yang dapat penulis berikan terkait program ini adalah dengan dibentuknya suatu badan khusus atau panitia nasional untuk menjalankan program ISUTW ini agar target dan tujuan yang ingin dicapai dapat lebih mudah terpenuhi dan terarah. agar dapat lebih tepat sasaran dan dapat mencapai target yang ditentukan.