

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1 Kesimpulan

Jika dilihat dari konsep gastrodiplomasi Paul Rockower, yaitu *expansion of restaurants* dan *promotion of cuisine* serta kedua pilar *Indonesia Spice Up the World*, yaitu peningkatan restoran Indonesia di luar negeri dan promosi kuliner Indonesia, dengan memanfaatkan makanan atau kuliner sebagai sarana memperkenalkan budaya Indonesia kepada publik asing melalui implementasi restoran dan berbagai promosi, dalam hal ini Indonesia telah melaksanakannya sejak lama bahkan sebelum program ISUTW dicanangkan. Keterlibatan diaspora, pemerintah, investor, dan pihak terkait lainnya dalam inisiatif membuka usaha kuliner dan promosi melalui berbagai kegiatan di Inggris menunjukkan adanya dinamika gastrodiplomasi yang berkembang, meskipun belum semasih negara lainnya. Dengan diresmikannya cabang baru Waroeng Windsor dan keterlibatan Restoran Toba, adanya restoran dan usaha kuliner Indonesia lainnya yang masih aktif sampai saat ini, diadakannya promosi kuliner dalam berbagai bentuk, bahkan terselenggaranya acara *luncheon* yang melibatkan para *food and lifestyle influencer* Inggris, menandakan bahwa perlahan program ISUTW di Inggris mulai diimplementasikan dan tentunya mewakili gastrodiplomasi Indonesia di negara tersebut. Meskipun program ini tidak selalu dihadirkan dalam semua kegiatan, namun nilai-nilai dan semangat telah hadir melalui segala upaya yang telah dilakukan di tengah-tengah gastrodiplomasi Indonesia yang masih belum menjadi kebijakan prioritas pemerintah. Oleh karena itu, masih menjadi tugas penting untuk pemerintah Indonesia, KBRI di Inggris, para diaspora Indonesia, dan pihak terkait lainnya untuk tetap menerapkan dan bahkan lebih meningkatkan lagi upaya gastrodiplomasi dan juga program ISUTW agar publik Inggris yang multikultural dapat lebih mengenal Indonesia melalui kuliner khas yang beraneka ragam.

## 6.2 Saran

Dengan adanya hambatan dan tantangan dalam melaksanakan gastrodiplomasi di luar negeri, khususnya di Inggris, pemerintah perlu membuat upaya yang lebih terencana agar ISUTW sebagai program utama pendukung gastrodiplomasi Indonesia ini tidak hanya menjadi narasi kebijakan saja, melainkan kampanye aktif yang dikenali masyarakat internasional bahkan masyarakat Indonesia sendiri. Indonesia juga perlu mempunyai badan khusus yang berfokus menangani gastrodiplomasi agar pelaksanaannya tidak tumpang tindih antara lembaga atau kementerian yang satu dengan lainnya. Selain itu, pembiayaan terkait ekspansi restoran dan promosi kuliner juga perlu digalakkan lagi, khususnya di setiap negara. Pemerintah harus mau mengucurkan anggaran lebih untuk mewujudkan tujuan dan pilar-pilar dari program ISUTW agar gastrodiplomasi Indonesia bisa lebih maju lagi. Selain itu, penulis juga berharap penelitian ini dapat memberi tambahan atau referensi untuk penelitian terkait gastrodiplomasi Indonesia maupun program ISUTW ke depannya, mengingat program ini masih dilanjutkan pemerintah Indonesia dan dikarenakan penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, maka penulis berharap pada penelitian selanjutnya bisa melengkapi atau bahkan lebih baik lagi dari yang telah ada.