

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Saat ini suatu negara perlu menggunakan *soft power diplomacy* atau bisa disebut kekuatan lunak sebagai alat berperang di masa ini, seperti halnya Indonesia melakukan diplomasi jalur Gastrodiplomacy dengan pameran “ Pasar Indonesia “ terhadap Afrika Selatan. Pelaksanaan Pasar Indonesia yang diselenggarakan oleh KBRI Pretoria adalah sebuah bentuk wujud dari pelaksanaan diplomasi Indonesia. Gastrodiplomasi memiliki peranan yang penting untuk menjalin erat hubungan bilateral Indonesia-Afrika Selatan. Pasar Indonesia menjadi tempat masyarakat Afrika Selatan mengenal makanan Indonesia mulai dari citra, rasa, juga selera Indonesia dan mereka juga bisa melihat betapa limbahnya Indonesia akan rempah-rempah. Selain itu Pasar Indonesia juga berfungsi sebagai wadah penyampaian informasi mengenai segala sesuatu terkait Indonesia, budaya Indonesia, promosi Indonesia serta untuk semakin intense terjalinnya komunikasi antar budaya yaitu Indonesia dan Afrika Selatan.

Interaksi langsung yang terjadi antara pemerintah dan masyarakat Indonesia dengan masyarakat Afrika Selatan yang berkunjung ke pasar Indonesia menjadi sebuah kunci agar saling mengenal budaya negara satu sama lain, selain itu penyampaian informasi Indonesia juga dapat dilakukan dengan sangat mudah dan lebih efisiensi. Hal ini bisa dikatakan sangat mudah dan lebih efisiensi karena masyarakat Afrika Selatan dengan rentan umur yang beragam juga berasal dari

berbagai latar belakang masyarakat yang beragam yang tersebar di berbagai tempat di Afrika Selatan tergabung dalam satu tempat yaitu pasar Indonesia dimana mereka dapat menikmati, mencicipi masakan Indonesia, belajar mengenal makanan Indonesia, karya-karya Indonesia juga keberagaman Indonesia, dengan hal ini hubungan gastrodiplomasi Indonesia di Afrika Selatan dikenalkan secara mudah juga menyeluruh.

Gastrodiplomasi dalam memperkenalkan Indonesia melalui penyelenggaraan pameran pasar Indonesia tentu bukan hanya melibatkan pemerintah tetapi juga mulai dari para petinggi negara yang memiliki jabatan hingga masyarakat Indonesia yang berada di Afrika Selatan dan masyarakat Afrika Selatan itu sendiri turut serta dalam melakukan gastrodiplomasi untuk memperkenalkan Indonesia di Afrika Selatan.

Gastrodiplomasi dalam pasar Indonesia dilaksanakan setiap tahun karena menjadi acara tahunan bagi KBRI Pretoria, berikut upaya gastrodiplomasi melalui pasar Indonesia: Booth Makanan – Masyarakat Afrika Selatan bisa menikmati setiap makanan dari setiap booth-booth makanan yang disediakan juga dapat belajar cara membuat makanan Indonesia misalnya seperti membuat nasi goreng, mie goreng dsb. Cooking class – Pemerintah Indonesia memanggil chef legend Indonesia ke Afrika Selatan untuk membuat olahan makanan Indonesia dan disajikan kepada para petinggi seperti pemerintah yang ada di Afrika Selatan juga Indonesia, bukan hanya itu chef mengajarkan beberapa dish Indonesia kepada masyarakat Afrika Selatan. Fashion show – Pemerintah Indonesia membuat pameran makanan ditambahi dengan fashion show menampilkan batik-batik

kepunyaan Indonesia yang dapat memanjakan mata. Pentas Tari – Sebagai acara penutup, pemerintah Indonesia memperkenalkan tarian Indonesia yaitu tari legong. Respon positif dari masyarakat Afrika Selatan terhadap pasar Indonesia ditunjukkan dari berbagai cara seperti meningkatnya jual beli produk Indonesia ke Afrika Selatan, banyaknya masyarakat Afrika Selatan mencari makanan Indonesia di Afrika Selatan, antusiasme masyarakat Afrika Selatan dalam kegiatan yang dilakukan pemerintah Indonesia. Melihat respon yang positif terdapat juga beberapa kendala yang dihadapi pemerintah Indonesia dimana soal menaikkan grade promosi Indonesia atau daya jual Indonesia lebih gencar, tahun 2020 terjadi musibah covid-19 membuat terbatasnya acara pameran pasar Indonesia.

## 5.2 Saran

Saran yang dikumpulkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam judul “ Gastrodiplomasi Indonesia di Afrika Selatan melalui Pasar Indonesia tahun 2018-2020” kepada pemerintah:

- Peluang pangsa pasar seni dapur masakan Indonesia untuk Gastro-Diplomacy di dunia cukup besar, cuma belum digarap dari hulu sampai hilir seperti yang dilakukan Thailand. Dimana kalau seni dapur masakan Indonesia mau masuk ke pasar dunia, mesti ditentukan faktor apa yang menjadi motif, tujuan dan sasaran utama negeri ini seperti yang dilakukan Thailand dimana hilirnya sebuah perusahaan bernama Global Thai Food Ltd membuat sekian belas ribu restoran di berbagai belahan dunia. Global Thai Food adalah hilir dari platform strategi pemasaran dan manajemen untuk ekspor

hasil pertanian Thailand yang perusahaan ini mengendalikan sampai pada fasilitas storage dan stockpile jaringan infrastruktur restaurant Thailand di luar negeri. Contoh apa yang dilakukan Thailand bisa kita tiru, tetapi apa faktor yang menjadi motif, tujuan dan sasaran utama kita itu. Sebenarnya kekuatan Indonesia adalah di bumbu dari kekayaan rempah-rempah yang ada. Indonesia tidak bisa compete dengan Thailand atau Vietnam dengan membuat restoran dan sudah ketinggalan jauh puluhan tahun dari mereka. Satu-satunya, Indonesia harus mengeksport bumbu-bumbu masakan yang dibuat dari rempah-rempah itu. Biarkan masyarakat luar negeri masak sendiri makanan Indonesia dengan menggunakan adonan bumbu-bumbu yang di ekspor tersebut, lengkap dengan panduan teknik cara memasaknya. Selain itu ada kelemahan dan kekuatan diplomasi makanan Indonesia di luar negeri selama ini; yakni : Kelemahannya, Indonesia belum punya format signature dish dan format dari perjamuan makan yang dapat diterima semua pihak, sehingga saat ini masing-masing jalan sendiri dengan apa yang terlihat di depan mata. Kekuatannya, Indonesia punya seni dapur masakan yang terbesar kedua di dunia setelah Brazil yang belum diangkat secara serius dan ini merupakan harta terpendam, terutama di sisi bumbu dan rempah. Seperti dikatakan, Indonesia belum punya format signature dish dan format perjamuan makan Gastro-Diplomacy yang bisa dijual ke pasar pariwisata dunia. Penyebabnya dari tidak ada

*Food Policy* di negeri ini. *Food Policy* ini penting untuk menentukan format *signature* dish dan format perjamuan makan Indonesia yang bisa dijual ke pasar wisata dunia.

- Untuk mendorong pengusaha Indonesia mau membuka usaha kuliner di Afrika Selatan, pertama-tama Pemerintah perlu memberikan insentif-insentif, karena biasanya pelaku bisnis kuliner bukan perusahaan besar yang mapan, melainkan UMKM.
- Umumnya, restoran Indonesia gagal berkembang di luar negeri adalah karena kesulitan bahan baku, khususnya bumbu-bumbu khas Indonesia. Oleh karena itu, selain perlu mendorong pembukaan restoran, perlu juga didorong penetrasi bumbu-bumbuan Indonesia di Afrika Selatan, bisa melalui mekanisme ekspor, atau bisa juga dengan mekanisme pendirian perusahaan joint venture.