

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Indonesia adalah sebuah negara yang memiliki potensi dibidang kuliner dan kekayaan alam melimpah sehingga sudah seharusnya bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat Indonesia. Salah satu Upaya pemerintah untuk mengapai target tersebut adalah dengan melakukan Gastrodiplomasi di negara lain. Dalam menjalankan sebuah gastrodiplomasi, ada berbagai pihak yang bisa menjadi aktor pengeraknya, salah satunya adalah *Multinational Corporation*. Indonesia sendiri memiliki *MNC* seperti PT.Indofood Sukses Makmur Tbk, yang bisa dimanfaatkan untuk membantu Indonesia memperkenalkan Kuliner Indonesia di Afrika. Dalam prosesnya PT.Indofood telah melakukan berbagai kegiatan guna untuk mengsucceskan gastrodiplomasi Indonesia di Afrika seperti, berkerjasama dengan instansi pemerintahan Republik Indonesia, memproduksi dan mengekspor rempah-rempah Indonesia dalam bentuk kemasan praktis, Mengadakan *Indofood Festival* , Promosi melalui sosial media hingga menjadi sponsor dalam *event* Internasional serta berkolaborasi dengan Perusahaan lokal untuk membuka 9 Indomie café di Afrika.

Namun sebagai sebuah pasar ekonomi yang besar pasti memiliki tingkat persaingan yang cukup besar juga, Indonesia membutuhkan suatu *Nation Branding* yang baik agar bisa membuat Masyarakat Afrika lebih tertarik untuk mengeksport produk dari Indonesia dibandingkan dengan negara pesaing lainnya. Adapun bentuk dari *Nation Branding* yang harus dibentuk oleh PT.Indofood melalui produk yang diproduksinya untuk membantu proses gastrodipomasi Indonesia di Afrika, ialah dengan membuat Masyarakat Afrika mengenal Indonesia sebagai “sebuah negara yang memiliki kekayaan kuliner dan sumber daya rempah berkualitas serta melimpah”. Hal ini sejalan dengan potensi yang benar-benar dimiliki oleh Indonesia selama ini, kegiatan ini penting untuk dilakukan demi mencapai kepentingan nasional rakyat Indonesia.

Setelah melewati proses yang ada dan dengan segala upaya yang telah dilakukan PT.Indofood untuk mengsucceskan strategi gastrodipomasi Indonesia di Afrika, secara perlahan memberikan manfaat dan hasil yang bisa di rasakan langsung oleh rakyat Indonesia, antara lain adalah Afrika bisa menjadi pangsa pasar ekonomi yang baru untuk pengusaha Indonesia, meningkatnya jumlah wisatawan dari Afrika ke Indonesia, bertambahnya nilai devisa negara dan yang terakhir mendorong Indonesia untuk membuka lebih banyak lagi restoran Indonesia di Afrika.

5.2 Saran

Sebagai bagian terakhir dalam penelitian ini, peneliti akan memberikan saran sebagai berikut:

Kedepannya diharapkan *multinational corporation* seperti PT.Indofood yang bergerak di bidang kuliner akan lebih banyak memproduksi dan mengekspor makanan kemasan yang memiliki ciri khas kuliner indonesia, karena banyak dampak positifnya yang bisa dirasakan oleh rakyat indonesia, sehingga apa yang datang dari rakyat, oleh rakyat akan dikembalikan lagi untuk rakyat.

Bagi mahasiswa yang tertarik meneliti tema yang sama, peneliti memiliki saran untuk meneliti tentang peran Non-government Organisation dalam memperkenalkan Potensi Indonesia di suatu wilayah. Sehingga peneliti bisa melihat bahwa dalam berdiplomasi masih banyak aktor negara yang bisa digandeng untuk meraih tujuan Bersama.