

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil dari penelitian dari gastrodiplomasi Indonesia studi strategi gastrodiplomasi Indomie di negara Nigeria dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan proses gastrodiplomasi yang Indonesia lakukan sebagai cara untuk mempromosikan citra positif, budaya, dan kekayaan negara salah satunya melalui kuliner. Gastrodiplomasi melibatkan penggunaan makanan sebagai alat diplomasi untuk memperkuat hubungan bilateral, meningkatkan pemahaman antarbangsa, dan membangun ikatan budaya antara negara-negara. Indonesia telah melaksanakan gastrodiplomasi melalui berbagai tindakan strategis, seperti memanfaatkan media sosial untuk promosi, mendirikan restoran Indonesia di luar negeri dan menghadirkan makanan tradisional dalam acara internasional seperti Indonesian Gourmet Day di Chicago Kerjasama antara KJRI dengan Restoran Minahasa tahun 2021. Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) memainkan peran kunci dalam menjalankan gastrodiplomasi, potensi besar kuliner Indonesia dalam mempromosikan budaya dan ekonomi. Para ahli seperti Paul Rockower, Sartin Hia, dan Agus Trihartono sepakat bahwa gastrodiplomasi adalah alat efektif dalam diplomasi ekonomi dan budaya. Hal ini terbukti dalam banyak negara dengan kekuatan menengah seperti Indonesia. Langkah-langkah konkret seperti pengembangan restoran di luar negeri, penelitian sosial, identifikasi eksistensi makanan di luar negeri, dan kerja sama antar-negara dapat memperkuat efek gastrodiplomasi. Keseluruhan, melalui gastrodiplomasi, Indonesia berusaha untuk meningkatkan citra dan daya tarik negara, memperkuat hubungan bilateral, dan mempromosikan budaya serta ekonomi negara. Dengan sinergi antara pemerintah dan sektor swasta potensi gastrodiplomasi dapat optimal untuk mendapatkan hasil yang lebih luas dan berdampak dalam mendukung diplomasi ekonomi dan budaya Indonesia di tingkat internasional.
2. Strategi gastrodiplomasi Indomie di Nigeria, prosesnya Indomie masuk ke Nigeria melalui berbagai kementerian. Kementerian Luar Negeri salah satu kementerian yang berperan sebagai kunci dalam diplomasi Indomie di Nigeria dengan memfasilitasi dialog politik, perdagangan, serta mempromosikan produk makanan Indonesia, termasuk Indomie, melalui berbagai acara budaya dan pameran

dagang seperti Acara Semarak Bazaar Taste of Indonesia 2019. Kemendag juga memainkan peran penting dalam memfasilitasi ekspor produk makanan Indonesia, terutama Indomie, ke pasar internasional, serta membangun hubungan dagang dengan negara Nigeria dengan kerjasama dalam pertukaran dagang CPO dengan minyak mentah. Indomie menggunakan berbagai strategi promosi yang efektif di Nigeria, seperti kampanye iklan melalui media televisi, radio, dan sosial media. *Tagline "No Mama Be Like You"* juga terbukti efektif dalam membangun ikatan emosional dengan konsumen dan memperluas pangsa pasar. Indomie berhasil dengan sukses mengadaptasi rasa dan varian mie instannya sesuai dengan selera lokal masyarakat Nigeria. Kehadiran sertifikat halal yang diberikan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), membantu membangun kepercayaan konsumen Muslim di Nigeria terhadap produk Indomie. Selain dampak ekonomi dalam meningkatkan ekspor dan penciptaan lapangan kerja, gastrodiplomasi Indonesia melalui Indomie di Nigeria juga memiliki dampak sosial yang melibatkan peningkatan pemahaman lintas budaya, pemupukan hubungan bilateral yang lebih baik, serta pengenalan budaya Indonesia kepada masyarakat Nigeria.

3. Strategi gastrodiplomasi Indomie di Nigeria berkontribusi pada peningkatan hubungan diplomatik antara Indonesia dan Nigeria. Dalam hal ini, Indomie berfungsi sebagai simbol kuliner dan budaya Indonesia yang memiliki potensi dalam diplomasi. Melalui upaya ini, hubungan diplomatik antara kedua negara telah diperkuat, terutama dalam bidang ekonomi seperti sektor perdagangan, investasi, dan energi. Pertukaran dagang antara Indonesia dan Nigeria terkait minyak bumi dan minyak sawit sebagai bahan baku Indomie telah memberikan manfaat ekonomi bagi kedua negara. Indonesia mengeksport minyak sawit ke Nigeria, sementara Nigeria mengeksport minyak bumi ke Indonesia, meningkatkan perdagangan dan kerja sama ekonomi. Indomie memiliki peran dibidang kesehatan dalam meningkatkan tingkat vaksinasi di Nigeria dengan menggabungkannya dengan program imunisasi. Selain itu, Indomie juga membantu mengatasi dampak pandemi COVID-19 dengan memberikan dukungan keuangan sebesar US\$1,17 triliun dan menyediakan opsi makanan praktis bagi masyarakat Nigeria. Acara Semarak Bazaar Taste of Indonesia 2019 telah berhasil memperkenalkan kebudayaan dan kuliner Indonesia kepada masyarakat Nigeria, meningkatkan pemahaman antarbudaya dan mendukung pendidikan di Nigeria. Melalui donasi yang diberikan untuk membangun ruang kelas

sekolah di Abuja, Indonesia juga telah menunjukkan komitmen dalam mendukung perkembangan pendidikan di Nigeria, memperkuat hubungan bilateral, dan memperbaiki infrastruktur pendidikan. Keseluruhan, upaya gastrodiplomasi ini tidak hanya meningkatkan citra Indonesia di mata masyarakat Nigeria, tetapi juga memberikan manfaat nyata dalam bidang ekonomi, kesehatan, budaya, dan pendidikan.

B. Saran

1. Saran Teoritis

- Kesadaran penulis muncul bahwa penelitian ini belum sepenuhnya sempurna dan mungkin memiliki keterbatasan. Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk meningkatkan keragaman sumber-sumber dan merujuk pada referensi yang terpercaya
- Saran untuk peneliti selanjutnya penelitian dapat dilakukan terhadap strategi gastrodiplomasi lainnya yang melibatkan produk Indonesia di negara-negara lain. Ini akan membantu membandingkan berbagai pendekatan yang berbeda dan mengidentifikasi faktor kesuksesan yang dapat diaplikasikan dalam strategi gastrodiplomasi lainnya.

2. Saran Praktis

- Saran untuk Pemerintah Indonesia dapat lebih menggalakkan kerja sama dengan sektor swasta dalam upaya gastrodiplomasi. Dukungan dan insentif kepada perusahaan-perusahaan kuliner Indonesia dapat memperkuat peran mereka dalam mempromosikan budaya Indonesia di kancah internasional. Pemerintah juga dapat mempertimbangkan insentif ekspor khusus bagi produk kuliner Indonesia yang menjadi ikon lokal. Ini akan mendukung perusahaan kuliner untuk lebih aktif dalam membawa cita rasa Indonesia ke pasar global.
- Saran untuk Indomie dapat melakukan riset pasar yang lebih mendalam untuk merancang varian produk yang lebih sesuai dengan selera dan preferensi lokal di negara target. Ini akan membantu dalam memperkuat daya tarik produk di pasar tersebut. Indomie juga dapat menjalin kemitraan lebih erat dengan pemerintah dalam upaya kemanusiaan dan pengembangan sosial. Langkah-langkah seperti mendukung pendidikan dan kemajuan masyarakat akan membantu menciptakan citra positif perusahaan.