

BAB VI KESIMPULAN

6.1. Kesimpulan

Seiring dengan kemajuan perkembangan dunia yang sangat cepat, maka suatu negara harus mempersiapkan diri untuk terus berinovasi dalam kemajuan di semua sektor pembangunan. Dengan nation branding yang kuat suatu negara di mata international, maka negara tersebut akan mudah untuk melakukan inovasi dalam meningkatkan kemajuan perkembangan dalam semua sektor. Bertolak dari itulah, Thailand ingin memperkuat dan meningkatkan nation brandingnya. Adanya citra negatif (wisata seks) yang dimiliki oleh negara Thailand, mendorong Thailand ingin melakukan *re-branding*.

Berbagai upaya dilakukan Thailand untuk memperbaiki citra negaranya, antara lain dengan melakukan gastrodiplomasi. Gastrodiplomasi menjadi pilihan strategi yang dinamis, kreatif dan berinovasi dalam rangka menarik perhatian masyarakat dunia dengan membentuk citra kuliner. Gastrodiplomasi yang diterapkan Thailand sebagai upaya pembentukan *nation branding* berdasarkan pertimbangan terhadap keragaman dan keunikan makanan khas yang dimilikinya. Disamping itu, makanan merupakan sebuah budaya yang dapat dimanfaatkan sebagai daya tarik suatu negara. Thailand berharap dapat menjadi negara yang berciri khas unik dan berbeda dari negara lain.

Pemerintah Thailand membangun nation branding melalui citra kuliner diawali dengan program *global thai dan kitchen of the word*. Pada *global thai*, dilakukan upaya melalui peningkatan jumlah restoran-restoran khas Thailand di luar negeri. Sedangkan program *kitchen of the word*, gastrodiplomasi kuliner ini mengangkat

menu makanan tom yam dan phad tai. Seiring berjalannya waktu, ke dua program gastrodiplomasi tersebut menunjukkan Tingkat keberhasilan meskipun belum sepenuhnya meningkatkan perekonomian Thailand. Sehingga, Thailand berinovasi dalam menu makanan lain yaitu somtam.

Berbagai cara dilakukan Thailand dalam mempromosikan somtam ke negara internasional termasuk Indonesia, seperti meningkatkan keamanan, kualitas, dan higienitas dari bahan baku masakan, mempromosikan makanan lewat festival kuliner. Ketertarikan masyarakat Indonesia tentang somtam tidak hanya didasari dengan lezat nya makanan tersebut. Tetapi Thailand melakukan banyak hal, antara lain halal food, mempertahankan rasa autentik som tam.

Kedua program tersebut sangat berdampak terhadap Tingkat keberhasilan gastrodiplomasi som tam Thailand di Indonesia. Dengan program *halal food*, berhasil menarik masyarakat Indonesia untuk menyukai dan mengkonsumsi somtam. Di tengah dominasi populasi muslim yang mencapai sekitar 87% dari total penduduk Indonesia, masyarakat Indonesia merasa nyaman, tenang dalam mengkonsumsi som tam. Hal ini ditunjukkan dalam pembelian somtam di toko online shopee menunjukkan kecenderungan kenaikan dalam grafik.

Demikian juga, dalam mempertahankan rasa autentik dari som tam tersebut. Somtam atau disebut papaya salad merupakan salah satu menu makanan Thailand dengan rasa pedas yang dominan. Dalam somtam, cabai rawit atau cabai merah kecil dicampur dengan irisan papaya yang masih muda, tomat ceri, kacang tanah, dan bahan lainnya. Semua bahan ini dicampur dengan saus yang terbuat dari perasan jeruk nipis, gula, kecap ikan, dan bawang putih, menciptakan kombinasi rasa yang segar, pedas, asam, dan manis secara bersamaan. Dan berdasarkan survei

licorice, 93,6% masyarakat Indonesia menyukai makanan pedas. Maka dari itulah, tidaklah hal yang tidak mungkin jika somtam membumi di Indonesia.

Thailand juga mengadakan festival kuliner sebagai salah satu upaya dalam mempromosikan somtam. Kesuksesan program festival kuliner dapat kita lihat dengan adanya banyaknya *street food* yang ada di Indonesia, seperti Jakarta Fair di kemayoran Jakarta dan *street food* di Bekasi. Salah satu contoh *street food* di Grand Wisata Bekasi adanya Gelar Waroeng (*GW Food*), yang merupakan sebuah *food court* yang menjadi pusat kegiatan di tengah-tengah komunitas warga Bekasi.

Untuk lebih meningkatkan promosi somtam, Thailand juga mengadakan pelatihan-pelatihan tentang masakan Thailand khususnya somtam. Pelatihan kuliner ini melibatkan kerjasama dengan sekolah-sekolah di Indonesia. Seperti program Kerjasama dengan *King Mongkut's University of Technology Thonburi* (KMUTT) di Thailand. Universitas Negeri Surabaya (UNESA) bekerjasama dengan *King Mongkut's University of Technology Thonburi* (KMUTT) di Thailand melalui program vokasinya untuk meningkatkan internasionalisasi pendidikan dan memperluas wawasan mahasiswa. Program pertukaran mahasiswa KMUTT adalah contoh kerja sama yang memungkinkan mahasiswa dari kedua perguruan tinggi saling belajar dan berbagi ilmu serta keterampilan kuliner. Program ini tidak hanya meningkatkan kemampuan siswa, namun juga memperkaya pengalaman budaya mereka dan membangun jaringan mereka di seluruh dunia. Budaya seringkali membawa peran penting dalam dunia diplomasi, sehingga dalam hubungan internasional budaya sangat penting bagi suatu negara.

Gastrodiplomasi merupakan upaya membangun citra bangsa melalui makanan khas sehingga menjadi identitas nasional (*national identity*) suatu bangsa. Identitas

nasional terkait dengan karakter bangsa, tradisi, budaya, dan bahasanya. Sehingga dalam program gastrodiplomasi kuliner somtam ini, Thailand juga berupaya mengenalkan budayanya terhadap Indonesia. Otoritas Pariwisata Thailand (TAT) mengadakan acara Wisata Thailand Festival 2023 yang berlangsung dari tanggal 10 hingga 12 Maret 2023 di Mal Kota Casablanka, Jakarta Selatan. Festival ini tidak hanya mengenalkan makanan, tapi juga film, fesyen, pertarungan (olahraga) yang mencerminkan kebudayaan dan kearifan lokal Thailand di mata masyarakat Indonesia. Usaha Thailand tidak berhenti hanya disini, Thailand berusaha lebih mendekati diri kepada Indonesia dengan diadakannya pertukaran budaya Thailand – Indonesia. Pada tanggal 14 hingga 15 September 2023, KBRI Bangkok menjadi tuan rumah Program Pertukaran Budaya Indonesia-Thailand. Program pertukaran budaya ini dapat menjadi jembatan bagi kedua belah pihak untuk lebih mengenal satu sama lain.

Program gastrodiplomasi kuliner somtam Thailand yang diterapkan di Indonesia, membawa dampak baik di kedua belah pihak baik Negara Thailand ataupun Negara Indonesia yang mengarah pada kepentingan nasional di kedua negara. Sehingga memperkuat kerjasama bilateral antara Thailand – Indonesia yang sudah berlangsung ataupun menciptakan kerjasama baru. Beberapa bentuk kerjasama yang diusulkan termasuk partisipasi Indonesia dalam pameran perdagangan yang diadakan oleh KBRI Bangkok di Thailand. Hal ini hasil dari kunjungan Duta Besar Republik Indonesia untuk Kerajaan Thailand dan UNESCAP, Rachmat Budiman yang melaksanakan kunjungan kerja ke tiga provinsi di Thailand Selatan yaitu Trang, Phatthalung, dan Nakhon Si Thammarat pada tanggal 30 November hingga 2 Desember 2022. Kemudian bergabungnya Indonesia dalam organisasi

subregional Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle (IMT-GT). Organisasi tersebut. Mengedepankan kerja sama strategi dalam berbagai bidang seperti pemulihan ekonomi pascapandemi, sektor pariwisata, pertanian, industri halal, konektivitas, pengembangan SDM, dan investasi yang mendorong sektor swasta untuk memperkuat mekanisme kelembagaan dan meningkatkan peran sektor swasta. Dan pada tanggal 6 Juni 2024, *Minister Counsellor (Investment) Thailand*, Chatchadaporn Krungkasem, didampingi oleh Honorary Consul Onny A.M. Almasyhur, mengunjungi Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Kota Surabaya untuk memperkuat kerjasama ekonomi dengan Indonesia yang hasilnya beberapa perusahaan Thailand telah menanamkan modalnya di Jawa Timur. Salah satunya adalah PT Thai Union Kharisma Lestasi di Lamongan, yang aktif dalam industri pakan akuakultur seperti pakan udang, pakan ikan, dan pakan laut.

Dampak positif program gastrodiplomasi kuliner somtam ini juga berpengaruh pada sektor pariwisata di Indonesia. Ketertarikan masyarakat Indonesia tentang somtam, mendorong mereka untuk mengenal lebih tentang Thailand khususnya wisatanya. Dengan adanya Indonesia yang sudah memiliki berbagai destinasi wisata yang mirip dengan Thailand, menawarkan pengalaman serupa bagi masyarakat yang belum memiliki kesempatan untuk berkunjung ke negara tersebut. Seperti Patung Buddha Tidur di Mojokerto - Jawa Timur, Pagoda di Taman Alam Lumbini, desa Tongkoh, Brastagi, Sumatera Utara. Dengan dorongan keinginan masyarakat Indonesia mengunjungi wisata tersebut, maka akan membuat daerah wisata tersebut mengalami peningkatan di sektor perekonomian.

Kepentingan Indonesia yang diuntungkan dalam program gastrodiplomasi kuliner somtam oleh Thailand sangat luas, tidak hanya sektor pariwisata, kerjasama

bilateral yang mendorong peningkatan sektor perekonomian, sektor pendidikan, sektor pertanian dan masih banyak lagi yang berujung pada peningkatan pendapatan negara. Peningkatan pendapatan negara juga dipengaruhi banyaknya masyarakat Indonesia yang ingin berkunjung ke Thailand. Keinginan mengkonsumsi somtam dengan suasana asli Thailand ataupun kunjungan wisatanya. Hal ini dapat dilihat dengan adanya kecenderungan kenaikan pada grafik kunjungan wisatawan Indonesia ke Thailand.

Program gastrodiplomasi kuliner somtam Thailand yang dampaknya menciptakan kerjasama bilateral juga menciptakan adanya ekport – import produk pangan, komoditas pertanian dan perikanan, bahan bakar minyak, mineral juga kendaraan.

6.2. Saran

Saran khususnya untuk pemerintah Thailand adalah untuk lebih mengembangkan strategi gastrodiplomasi kuliner somtam agar menjadi lebih baik dengan melakukan upaya-upaya yang mendukung. Tentu saja tidak luput dari Kerjasama dan bantuan pihak pihak di Indonesia, seperti

1. Pemerintah Indonesia

Sebagai peran pembantu utama dalam upaya gastrodiplomasi kuliner somtam di Indonesia. Pemerintah Indonesia sangat berperan membantu dalam Thailand untuk mengoptimalkan strateginya dalam kampanye gastrodiplomasi kuliner somtam di Indonesia. Bantuan Indonesia ke Thailand yang sangat dibutuhkan adalah tentang kebijakan dan perijinan,yang antara lain tentang:

- a. Mendirikan restoran restaurant di seluruh wilayah Indonesia terutama kota kota besar seperti Surabaya, Semarang, Palembang, Bandung dan banyak kota lainnya.
- b. Pelatihan- pelatihan sumber daya manusia terutama yang bekerja pada restaurant restaurant Thailand. Pelatihan tidak hanya tertuju tentang menu makanan somtam, tetapi juga perlu diadakan edukasi tentang Thailand baik tentang kuliner, pariwisatanya ataupun budanyanya.
- c. Mengadakan banyak tentang festival kuliner dan *street food*, tidak hanya di Jakarta tetapi juga merambah di kota kota besar lainnya di Indonesia.
- d. Import Indonesia tentang bahan baku somtam. Dengan bahan baku yang satu supplier maka rasa autentik dari somtam dapat terjaga dan dipertahankan meskipun terpromosikan merata di wilayah Indonesia

2. Swasta

Pihak swasta yang ada di Indonesia dapat membantu mengembangkan strategi gastrodiplomasi kuliner somtam Thailand dengan mempromosikan dan membangun bisnis makanan di berbagai kota di Indonesia. Pihak swasta juga dapat melihat hal ini sebagai peluang usaha yang menguntungkan,

3. Masyarakat Umum dan Pelaku Usaha

Gastrodiplomasi kuliner somtam Thailand juga melibatkan aktor nonpemerintah, oleh karena itu masyarakat dan pelaku usaha merupakan aktor yang penting dan secara langsung berhadapan dengan masyarakat Indonesia yang tertarik dengan kuliner Thailand khususnya menu makanan somtam.