

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Indonesia telah melakukan *soft diplomacy* yaitu gastrodiplomasi melalui peranan KBRI Kuwait untuk memberikan hubungan yang baik antar negara, salah satunya yaitu Pelaksanaan *Foods Event Strategy* sebagai upaya dari gastrodiplomasi lebih sering di lakukan oleh KBRI Kuwait. Dengan upaya dari strategi ini terlihat lebih menggunakan keterlibatan atau adanya partisipasi dari acara-acara internasional agar dapat mempromosikan kuliner atau makanan dari suatu negara kepada masyarakat Kuwait. Selain itu *Product Marketing Strategy* juga dipakai untuk mempromosikan produk makanan serta *branding* dengan bekerjasama dengan rumah makan atau restoran, toko atau waralaba dengan menghadirkan produk makanan Indonesia. Hal ini dilakukan KBRI Kuwait dengan melakukan acara Amazing ASEAN dan mengenalkan rempah – rempah Indonesia yang merupakan program dari *Indonesia Spice Up The World* (ISUTW). Yang merupakan kebijakan luar negeri dari pemerintah Indonesia berupa program yang di buat oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Tidak hanya itu. Produk makanan Indonesia juga tersebar di beberapa market Kuwait.

Dua upaya ini masuk ke dalam *Gastrodiplomacy Campaign*. Diharapkan kegiatan ini akan membuat gastrodiplomasi Indonesia di Kuwait menjadi lebih sukses. Untuk dapat mencapai tujuan nasional pada gastrodiplomasi ini, Indonesia membutuhkan strategi yang ditetapkan. Strategi yang dilakukan Indonesia ini dilakukan oleh KBRI Kuwait serta beberapa bantuan yang dilakukan oleh Indonesia Diaspora Network (IDN) Kuwait. Upaya KBRI Kuwait untuk mencapai gastrodiplomasi yang terlaksana dengan sukses diantaranya adalah:

1. Partisipasi Kedutaan Besar Republik Indonesia pada kegiatan atau festival di Kuwait;
2. Penerapan Program Serta Kebijakan yang dilakukan oleh Kedutaan Besar Republik Indonesia di Kuwait;
3. Kerja sama KBRI Kuwait dengan Diaspora/Organisasi Indonesia di Kuwait;
4. Peranan Pekerja Indonesia Yang Berfokus Pada *Hospitality* Dalam Gastrodiplomasi;
5. Gastrodiplomasi Melalui Produk Ekspor Makanan Indonesia.

Pada pelaksanaan gastrodiplomasi yang dilakukan oleh Indonesia tidak adanya halangan dari pemerintah Kuwait. Di tahun 2020 – 2022 ini pandemi COVID-19 membuat beberapa kegiatan dari gastrodiplomasi terhalang. Terdapat beberapa faktor penghambat lainnya juga membuat gastrodiplomasi kurang maksimal di antaranya adalah:

1. Syarat izin dari pembukaan bisnis yang mengharuskan kepemilikan bisnis tersebut mempunyai hubungan dengan warga asli Kuwait.
2. Biaya untuk mendirikan Usaha atau perusahaan di Kuwait yang mahal.
3. Jarak dari tempat makan Indonesia 'Selera Kita' yang jauh dari Ibu Kota. Tempat makan khas Indonesia 'Selera Kita' bertempat di lokasi Mangaf, Kuwait.
4. Belum adanya restoran Indonesia di daerah Kuwait City yang berkonsep Fine-Dining. Konsep restoran *fine-dining* merupakan salah satu konsep tempat makan yang digemari oleh masyarakat Kuwait.
5. Kurangnya masyarakat Indonesia di Kuwait dalam menggunakan relasi orang Kuwait untuk dapat membuka bisnis di Kuwait.

Selain faktor penghambat, Terdapat faktor pendukung gastrodiplomasi Indonesia berjalan dengan baik. Faktor yang mendukung pada pelaksanaan implementasi dari strategi gastrodiplomasi yang dilakukan oleh KBRI Kuwait terdapat, di antaranya adalah:

1. Peranan KBRI Kuwait yang merangkul diaspora pada upaya gastrodiplomasi.
2. Kegiatan festival makanan yang ramai diminati oleh Masyarakat Kuwait. Festival makanan di Kuwait merupakan kegiatan yang diadakan berulang setiap tahunnya.
3. Produk makanan Indonesia sangat diminati di Kuwait.

4. Mudahnya Ekspor Produk Makanan Indonesia ke Kuwait.

Secara besar Masyarakat Kuwait sangat mendukung Gastrodiplomasi yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia, dilihat dengan antusiasme masyarakat Kuwait dan kegemaran terhadap menggunakan produk-produk makanan atau kuliner Indonesia. Hal ini merupakan tujuan Indonesia dalam memperkenalkan gastrodiplomasi Indonesia di Kuwait. Dengan adanya kegiatan gastrodiplomasi Indonesia ini diharapkan dapat membuat Indonesia dan Kuwait dapat melakukan kerja sama yang lebih baik selanjutnya. Baik itu kerja sama bilateral, multilateral, perdamaian dan juga kerja sama lainnya. Penggunaan konsep gastrodiplomasi, strategi, dan kepentingan nasional dapat membantu penulis untuk dapat menganalisa penelitian ini. Gastrodiplomasi yang telah dilakukan melalui peranan serta strategi KBRI Kuwait dapat membantu Indonesia untuk dapat mencapai kepentingan nasional Indonesia yaitu mencapai tujuan membranding Indonesia melalui kuliner dan produk makanan Indonesia. Melalui strategi gastrodiplomasi *Food Event Strategy* dan *Product Marketing Strategy* yang diupayakan KBRI Kuwait terlaksana sehingga tercapainya branding Indonesia di Kuwait dengan baik.