

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Alexandra, Friska dan Dadang Ilham Kurniawan Mujiono, *Pengantar Diplomasi : Sejarah, Teori dan Studi Kasus*, Samarinda: Mulawarman University Press, 2019
- Alwasilah, A. Chaedar, *Pokoknya Kualitatif: Dasar-Dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Pustaka Jay, 2003
- Faisal, Sanapiah. *Penelitian Kualitatif*. Malang: YA3, 1990.
- Hadi, Sutrisno, *Metodologi Research*. Yograkarta: Andi Ofset, Edisi Revisi, 2002
- Hanafi, Mamduh Hamdah Manajemen. Yogyakarta: UPP AMP YKPN. 1980.
- Hardani, Hikmatul, dkk. *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, Yogyakarta: Penerbit Pustaka Ilmu, 2020.
- Hasibuan, Malayu S. P., *Manajemen: Dasar, Pengertian dan Masalah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2004,
- Miles, Matthew B., and A. Michael Hubberman, *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods*, Beverly Hills: Sage Publication, 2002
- Melissen, Jan. *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*, Palgrave: Macmillan. 2005.
- Mas'oed, Mochtar, *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*, Jakarta: PT. Pustaka LP3ES, 1994
- Moelong, Lexy J., *Metodolohgi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2002
- Nazir, Moh, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988,
- Nye, Jr., Joseph Samuel. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York: Public Affairs Perseus Books Group, 2004
- Perwita, Anak Agung Banyu dan Yanyan Mochamad Yani, *Pengantar Ilmu Hubungan Internasional*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005.
- Usmara, Antonina, *Manajemen Strategik*, Yogyakarta: Amara Boks, 2003

- Samovar, Larry A. Richar E. Porter, Edwin McDaniel, *Komunikasi Lintas Budaya*, Edisi 7, terjemahan Indri Margaretha Sidabalok. Jakarta: Salemba Humanika. 2010.
- Sitepu, Anthonius P., *Studi Hubungan Internasional*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011
- Sugiyono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2018,
- Salim dan Syahrur, *Metodologi penelitian Kualitatif*, Citapustaka Media, Bandung, 2012, Hal 124. Diakses tanggal 22 Juli 2022.
- Roy, Somendra Lal, *Diplomasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 1991 Usmara. Manajemen Strategik. Yogyakarta: Amara Boks. 2003
- Warsito, Tulus dan Wahyuni Kartikasari, *Diplomasi Kebudayaan: Konsep dan Relevansi bagi Negara Berkembang, Studi Kasus Indonesia*. Yogyakarta: Ombak. 2007
- Winarno, Budi, *Dinamika Isu-isu Global Kontemporer*, Yuyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service), 2014.

#### **Jurnal:**

- Pujayanti, Adrini. Mei 2017. *Gastrodiplomasi – Upaya Memperkuat Diplomasi Indonesia*. Peneliti Madya Bidang Masalah-Masalah Hubungan Internasional Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR. *Politica*, Vol.8 No.1 <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/politica/article/view/884/537>
- Anholt, Simon, *Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. Exchange: The Journal of Public Diplomacy*, 2013. Vol.2, Issue. 1, Article. 1. <http://surface.syr.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1013&context=exchange>
- Zhang, Juyan, “*The Foods of the Worlds: Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy Campaigns*”, *International Journal of Communication* Vol.9, 2015: 568–591. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/download/2847/1316>

- Prayuda, Rendy dan Rio Sundari, *Diplomasi dan Power: Sebuah Kajian Analisis*, Journal of Diplomacy and Internasional Studies, 2019: 80-93  
<https://journal.uir.ac.id/index.php/jdis/index>
- Rockower. Paul, “*Projecting Taiwan: Taiwan’s Public Diplomacy Outreach*”. Issues & Studies 47, No. 1. Maret 2011: 107.125.  
[https://www.researchgate.net/publication/286986452\\_Projecting\\_Taiwan\\_Taiwan's\\_Public\\_Diplomacy\\_Outreach](https://www.researchgate.net/publication/286986452_Projecting_Taiwan_Taiwan's_Public_Diplomacy_Outreach)
- Romdiati, Haning, *Globalisasi Migrasi dan Peran Diaspora: Suatu Kajian Pustaka*, Jurnal Kependudukan Indonesia. Vol.10 No.2. Desember 2015,. Hal. 11. Diakses tanggal 22 Juli 2022,  
<https://ejurnal.kependudukan.lipi.go.id/index.php/jki/article/view/69/68>
- Wilson, Rachel, *Cocina Peruana Para El Mundo: Gastrodiplomacy, The Culinary Nation Brand, and The Context of National Cuisine in Peru*. Exchange the Journal Public Diplomacy 2 (2). 2011. Diakses 13 Juli 2022  
<https://surface.syr.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1014&context=exchange>
- Shertina, Rara. Juli-Desember 2019. *Diplomasi Kopi: Kebijakan Luar Negeri Indonesia dalam Meningkatkan Kerjasama Ekspor Komoditas Kopi ke Amerika Serikat*. Global & Policy Vol.7, No.2. Diakses 12 Juli 2022.  
<https://doi.org/10.33005/jgp.v7i02.1830>

#### Artikel:

- Forman, Johana Mendelson , *Is The Kitchen The New Venue Of Foreign Policy?: Ideas On Food As A Tool For Diplomacy, Building Peace And Cultural Awareness*. Report of The Conflict Cuisine Project. American University, School of International Service. 2016. <https://vdocument.in/kitchen-as-the-new-venue-of-foreign-policy.html?page=5>
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, *Diplomasi Indonesia 2010*, Jakarta: Gramedia, 2010, Hal. 68, Diakses 3 Juli 2022.  
<https://kemlu.go.id/download/L3NpdGVzL3B1c2F0L0RvY3VtZW50cy9CdWt1L0RpcGxvbWFzaSUyMEluZG9uZXNpYS9CdWt1JTlwRGlwbG9tYXNpJTlwSW5kb25lc2lhJTlwMjAxMC5wZGY=>
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, *Diplomasi Indonesia 2014*, Jakarta: Direktorat Informasi dan Diplomasi Publik Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, September 2015, Hal. 70, Diakses tanggal 08

Agustus 2022.

<https://kemlu.go.id/download/L3NpdGVzL3B1c2F0L0RvY3VtZW50cy9CdWt1L0RpcGxvbWFzaSUyMEluZG9uZXNpYS9CdWt1JTIwRG1wbG9tYXNpJTIwSW5kb25lc2lhJTIwMjAxNC5wZGY=>

Purwasito, Andrik, dkk. *Gastrodiplomasi Sebagai Penjuru Diplomasi Ekonomi Indonesia*. Surakarta: Kerjasama Penelitian dan pengembangan kebijakan Kemenlu dan Prodi HI Fisip Univ Sebelas Maret. 2016. <https://kemlu.go.id/download/L3NpdGVzL3B1c2F0L0RvY3VtZW50cy9LYWppYW4lMjBCUFBLl1Nla3JldGFyaWF0JTIwQ1BQSy8wMV9HYXN0cm9kaXBsb21hY3lfU2ViYWdhaV9QZW5qdXJlX0RpcGxvbWFzaV9Fa29ub21pX0luZG9uZXNpYS5wZGY>

**Web:**

Berita Satu. *Besarnya Potensi Kuliner Indonesia*. Catatan Akhir Tahun. 18 Desember 2011. Diakses tanggal 16 Juli 2022. <https://www.beritasatu.com/archive/21928/besarnya-potensi-kuliner-indonesia>

Braden, Rudy, 'Hearts, Minds, and Stomachs: Gastrodiplomacy and the Potential of National Cuisine in Changing Public Perception of National Image.' 2014. <http://publicdiplomacymagazine.com/hearts-minds-and-stomachs-gastrodiplomacy-and-the-potential-of-national-cuisine-in-changing-public-perception-of-national-image/>.

Diaspora Indonesia Network – Kuwait. Indonesian Diaspora Network Kuwait. *Profile*. 25 Juni 2017. Diakses tanggal 21 Juli 2022. <http://www.idn-q8.org/2017/06/indonesian-diaspora-network-kuwait.html>

GAPMMI. "About Indonesia Spice Up The World". Indonesia Spice Up The World. Diakses pada tanggal 11 Juli 2022. <https://sutw.gapmmi.id/about-us/>

Google Maps, 'Lokasi Rumah Makan Selera Kita'. Diakses tanggal 03 Agustus 2022. <https://goo.gl/maps/kmuBvwWyzcDTD6Z77>

Heryadi, Media Indonesia. "Indonesia Luncurkan Spice Up The World". 05 November 2021. Diakses pada tanggal 11 Juli 2022 <https://mediaindonesia.com/ekonomi/444924/indonesia-luncurkan-spice-up-the-world>

Instagram, *Laman Sosial Meida KBRI Kuwait*, Diakses tanggal 20 Juli 2022.  
<http://instagram.com/indonesiainkuwait>

Instagram KBRI Kuwait, Indonesiainkuwait. *Unggahan KBRI Kuwait di laman sosial media Instagram* pada tanggal 10 Januari 2022. Diakses tanggal 21 Juli 2022.  
<https://www.instagram.com/p/CYixVE2Muo1/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Instagram KBRI Kuwait, Indonesiainkuwait. *Unggahan KBRI Kuwait di laman sosial media Instagram* pada tanggal 19 Maret 2020. Diakses tanggal 21 Juli 2022.  
<https://www.instagram.com/p/CbU3ShMs4CC/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Instagram KBRI Kuwait, Indonesiainkuwait. *Unggahan KBRI Kuwait di laman sosial media Instagram* pada tanggal 20 Maret 2022. Diakses tanggal 21 Juli 2022.  
<https://www.instagram.com/p/CbU3ShMs4CC/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Instagram KBRI Kuwait, Indonesiainkuwait. *Unggahan KBRI Kuwait di laman sosial media Instagram* pada tanggal 13 Juni 2022. Diakses tanggal 21 Juli 2022.  
<https://www.instagram.com/p/CbU3ShMs4CC/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Kemlu.go.id, Kementerian Luar Negeri Indonesia. 2020. *Complete Indonesia Socio-Cultural Promotion in “Kuwait Market”*. Diakses pada tanggal 11 Juli 2022. <https://kemlu.go.id/kuwaitcity/en/news/4854/complete-indonesian-socio-cultural-promotion-in-kuwait-market>.

Kemlu.go.id, Kementerian Luar Negeri Indonesia. 2020. *Kuwait Interest in Expanding Investment in Indonesia*. Diakses tanggal 19 Juli 2022  
<https://kemlu.go.id/kuwaitcity/en/news/4236/kuwait-interest-in-expanding-investment-in-indonesia#!>

Kemlu.go.id, Kementerian Luar Negeri Indonesia. *“Hubungan Bilateral Indonesia – Kuwait”*. Diakses tanggal 30 Mei 2022.  
[https://kemlu.go.id/kuwaitcity/id/pages/hubungan\\_bilateral\\_indonesia\\_-\\_kuwait/1586/etc-menu](https://kemlu.go.id/kuwaitcity/id/pages/hubungan_bilateral_indonesia_-_kuwait/1586/etc-menu)

Kemlu.go.id, Kementerian Luar Negeri Indonesia, *Meningkatkan Promosi Kuliner Indonesia ke Seluruh Dunia Melalui Gastrodiplomasi*. 17 Oktober 2019. Diakses tanggal 22 Juli 2022.

<https://kemlu.go.id/portal/id/read/688/berita/meningkatkan-promosi-kuliner-indonesia-ke-seluruh-dunia-melalui-gastrodiplomasi#!>

Kemlu.go.id, Kementerian Luar Negeri Indonesia, *Tentang Perwakilan, Sejarah Singkat KBRI Kuwait*. Diakses pada tanggal 17 Juli 2022.

[https://kemlu.go.id/kuwaitcity/id/pages/tentang\\_perwakilan/1563/etc-menu](https://kemlu.go.id/kuwaitcity/id/pages/tentang_perwakilan/1563/etc-menu)

Kemlu.go.id, Kementerian Luar Negeri Indonesia, *“Profil Negara Kuwait”*. Diakses 17 Mei 2022.

[https://kemlu.go.id/kuwaitcity/id/pages/profil\\_negara\\_kuwait/1585/etc-menu](https://kemlu.go.id/kuwaitcity/id/pages/profil_negara_kuwait/1585/etc-menu)

Kemlu.go.id, Kementerian Luar Negeri Indonesia, *‘KBRI Kuwait dan IICO Membicarakan Program di Bidang Kemanusiaan dan Pendidikan’*. 11 Desember 2019. Diakses tanggal 17 Juli 2022.

<https://kemlu.go.id/kuwaitcity/id/news/3867/kbri-kuwait-dan-iico-membicarakan-program-di-bidang-kemanusiaan-dan-pendidikan>

Kemendikbud.go.id, *Peran Rempah-Rempah Bagi Gastrodiplomasi Indonesia*. Jalur Rempah Kemendikbud. 18 Februari 2021. Diakses 18 Juli 2022.

<https://jalurrempah.kemdikbud.go.id/artikel/peran-rempah-rempah-bagi-gastrodiplomasi-indonesia>

Kemenparekraf.go.id, Baparekraf RI. *Indonesia Spice Up The World: Kenalkan Rempah Nusantara ke Mancanegara*. 4 Agustus 2021. Diakses tanggal 5 Juli 2022. <https://www.kemenparekraf.go.id/hasil-pencarian/indonesia-spice-up-the-world-kenalkan-rempah-nusantara-ke-mancanegara>

Kuasakata.com. *“Diakui Sebagai Makanan Khas di berbagai Negara, Indomie Asli Mana?”*. 07 Maret 2022. Diakses tanggal 24 Juli 2022.

<https://kuasakata.com/read/senggang/48572-diakui-sebagai-makanan-khas-di-berbagai-negara-indomie-asli-mana> 20:22

Kristanti, E. Y., Viva.co.id. *“Survei CNN: Rendang Terlezat di Dunia”*. 7 September 2011. Diakses tanggal 11 Juli 2022.

<https://www.viva.co.id/berita/nasional/245329-survei-cnn-rendang-terlezat-di-dunia>

Miranti, Benedikta, Liputan6.com. *KBRI Kuwait Giatkan Diplomasi Budaya Pasca Pandemi COVID-19*. Global. 01 April 2022. Diakses tanggal 21 Juli 2022. <https://www.liputan6.com/global/read/4926454/kbri-kuwait-giatkan-diplomasi-budaya-pasca-pandemi-covid-19>

Mubarok, Machmud, *Beragam Komoditas Makanan & Rempah Indonesia Hadir Pada ASEAN Festival 2022 di Kota Kuwait*. TribunCirebon.com. 13 Juni 2022. Diakses tanggal; 24 Juli 2022

<https://cirebon.tribunnews.com/2022/06/13/beragam-komoditas-makanan-rempah-indonesia-hadir-pada-asean-festival-2022-di-kota-kuwait>.

Okefinance. *RI Perkuat Kerjasama Ekonomi dengan Kuwait*, 3 September 2019. Diakses 30 Mei 2022.

<https://economy.okezone.com/read/2019/09/03/320/2100155/ri-perkuat-kerjasama-ekonomi-dengan-kuwait?page=2>

Okefinance. *Peluang Besar Industri Kuliner Tembus Pasar Global, LPEI: Indonesia Kaya Rempah*. 26 Maret 2022. Diakses 08 Juli 2022.  
<https://economy.okezone.com/read/2022/03/26/320/2568084/peluang-besar-industri-kuliner-tembus-pasar-global-lpei-indonesia-kaya-rempah>

Sekretariat Kabinet Republik Indonesia, *Meningkatkan Branding Negara Melalui 'Gastrodiplomasi'*, diakses tanggal 08 Agustus 2022. melalui <https://setkab.go.id/meningkatkan-branding-negara-melalui-gastro-diplomacy/>.

Paul Rockower, *Why Not Feed Indonesia to the World?*. 2010.  
<http://jakartaglobe.beritasatu.com/archive/why-not-feed-indonesia-to-the-world/>.

#### **Perundang Undangan:**

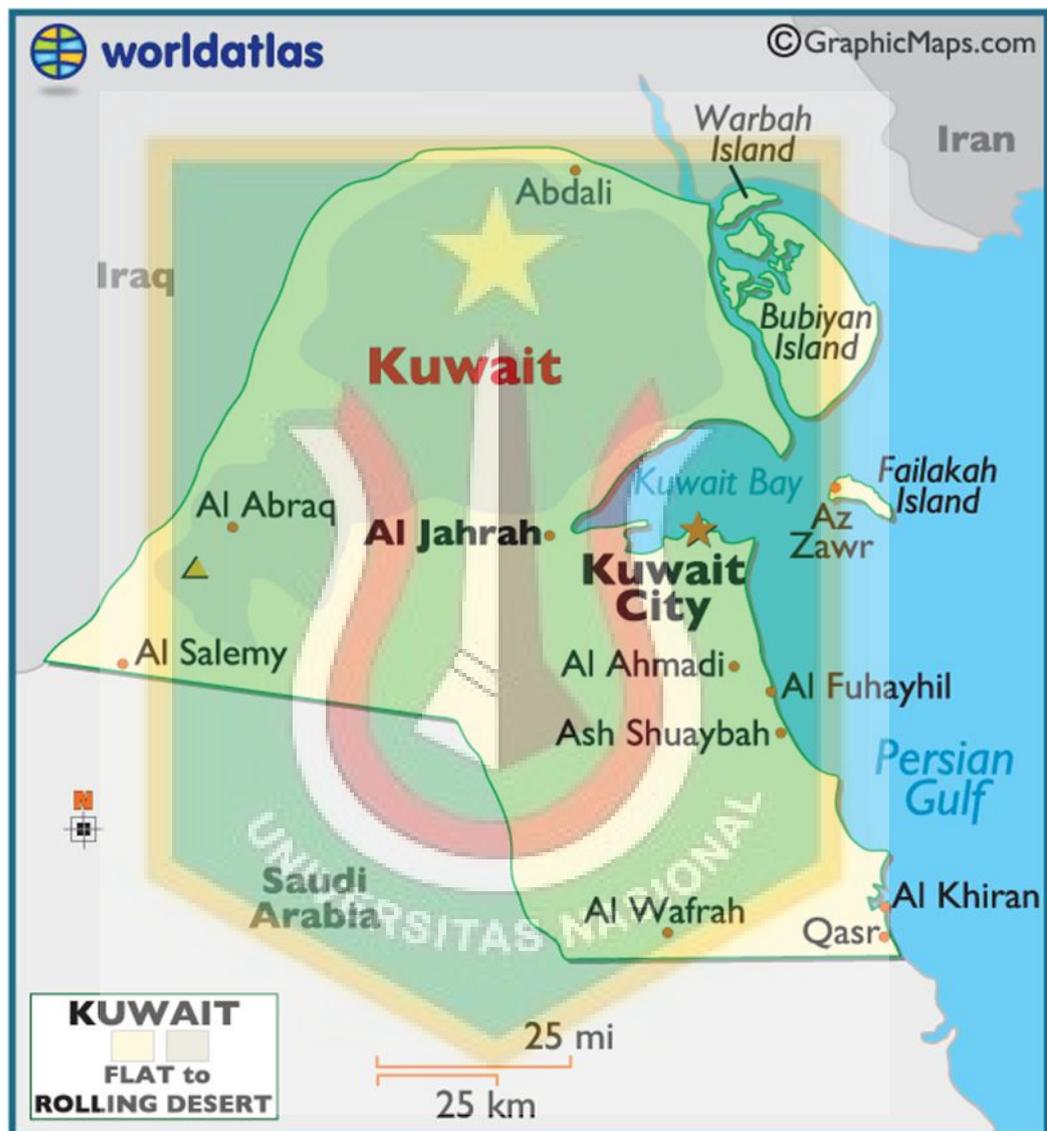
Peraturan Presiden Nomor 20 Tahun 2010.

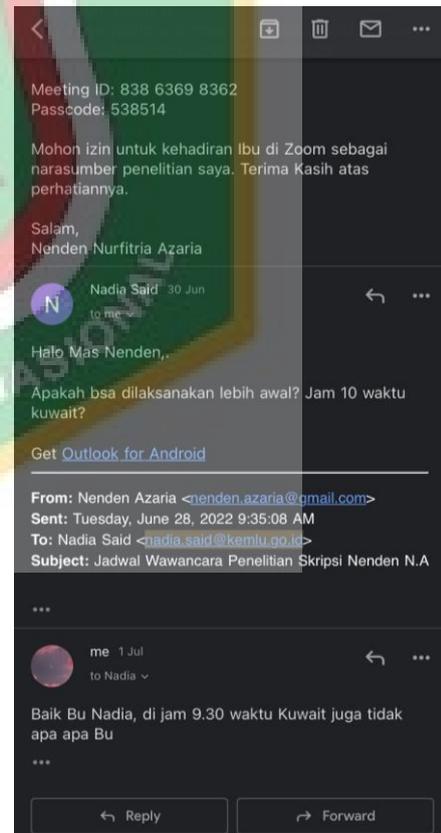
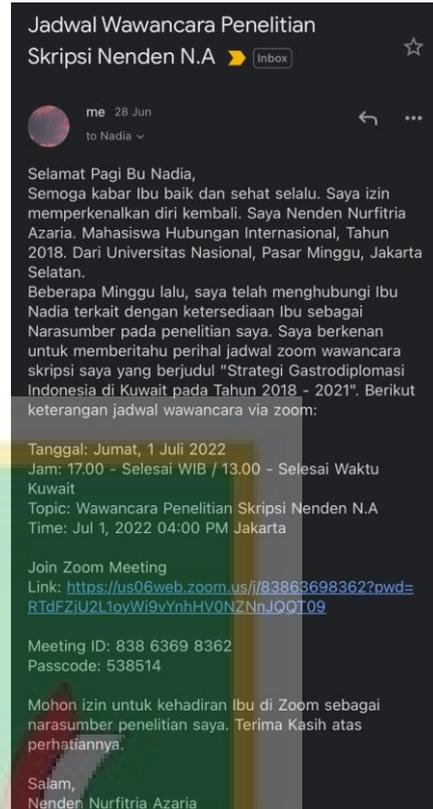
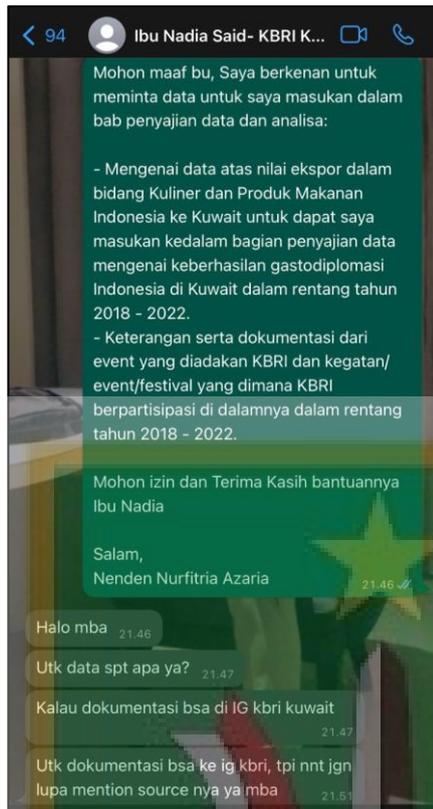
#### **Wawancara:**

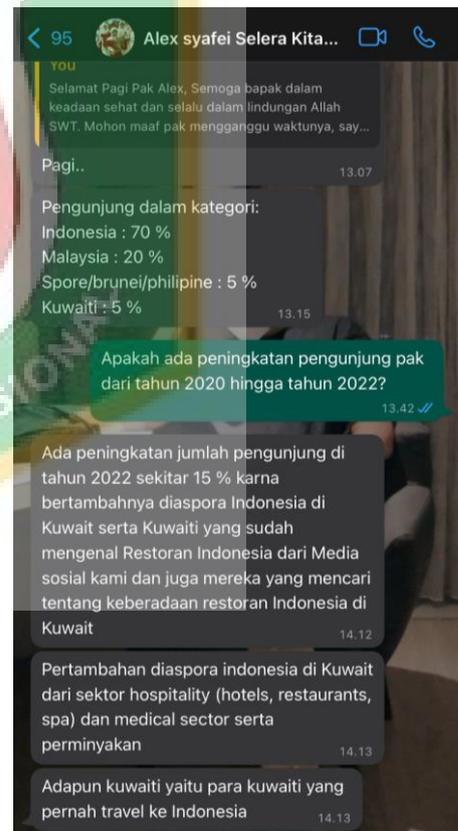
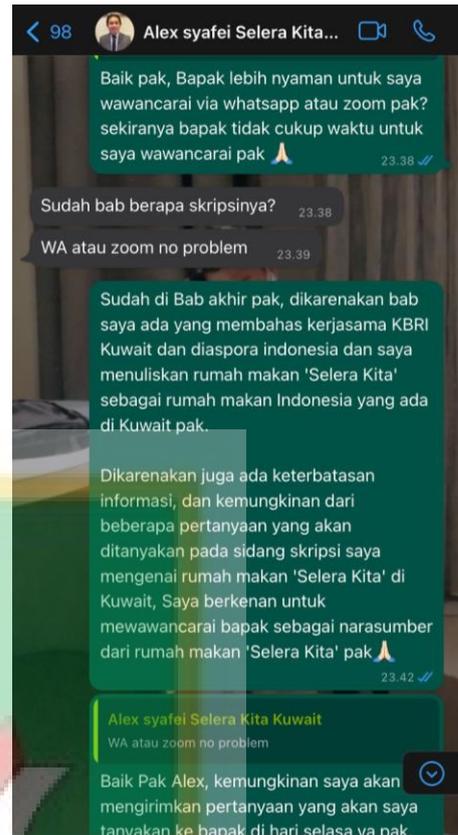
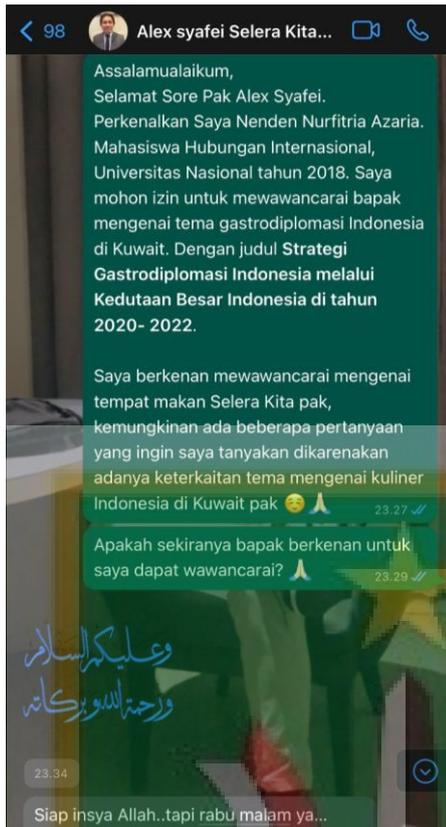
Wawancara Dengan Nadia Said Selaku Staf Yang Menjabat Pada Bagian Ekonomi dan Investasi di KBRI Kuwait. Wawancara Pribadi. Wawancara dilaksanakan pada 1 Juli 2022, via Zoom Meeting.

Wawancara Dengan Alex Syafei Selaku Pemilik dan Manager Rumah Makan 'Selera Kita. Wawancara Pribadi. Wawancara dilaksanakan pada 1 Agustus 2022, via Sosial Media Whatsapp.

## LAMPIRAN







## TRANSKRIP WAWANCARA

Narasumber 1 : Nadia Said

Jabatan : Staf Kedutaan Besar Republik Indonesia  
untuk Kuwait.

Waktu Wawancara : Jam 13:32 – 14:38 WIB

Tanggal Wawancara : Jumat, 1 Juli 2022, Via Zoom Meeting

	Pertanyaan	Jawaban Narasumber
1	Bagaimana Hubungan Bilateral antara Kuwait dan Indonesia hingga saat ini?	Dari Hubungan Kuwait dan Indonesia di bidang perdagangan dan investasi masih sangat rendah dan masih minus. Dimana selalu terjadi surplus di kita karena Indonesia masih belum ada keseimbangan untuk ekspor dan impor. Indonesia masih mengimpor minyak mentah dari Kuwait, maka dari itu nilai perdagangan mereka ke Indonesia sangat tinggi. Sedangkan ekspor Indonesia ke Kuwait itu masih untuk komoditas tradisional seperti olahan kayu, <i>spare-part</i> kendaraan, produk makanan, kertas, pertanian, nikel, bahan-bahan mineral, tetapi tidak banyak karena trennya sedang menurun. Yang dikarenakan biaya logistik Indonesia ke Kuwait yang meningkat 3x lipat akibat pandemi. Investasi di Kuwait saat ini adalah eksplorasi minyak dan kondensasi gas oleh Kuwait <i>Foreign Exploration Petroleum Company</i> di Natuna di bidang eksplorasi gas. Dan untuk investasi Indonesia di Kuwait saat ini baru terdapat satu BUMN yaitu PT. Cogindo Daya Bersama yang merupakan anak dari PT.PLN dan Indonesia Power pada tahun 2021

		<p>yang mendapat proyek pemeliharaan penyediaan listrik untuk seluruh Kuwait dengan nilai kontrak 25,7jt fluktuasi dolar dengan masa pekerjaan 3 tahun. Mungkin bukan investasi yang <i>tangible</i> tetapi masih ekspansi bisnis dari perusahaan BUMN Indonesia di Kuwait. Mungkin itu untuk garis besar nya dari kerja sama saat ini.</p>
2	<p>Jadi Indonesia masih hanya komoditas perdagangan saja ya untu ekspor ke Kuwait dan dari Kuwait ke Indonesia lebih ke sektor Migas?</p>	<p>Iya, untuk dari Kuwait ke Indonesia lebih ke sektor migas. Karena dia disini penghasil minyak bumi kan. Dia itu 9% penghasil minyak bumi secara global, sehingga komoditas utama mereka ini minyak bumi.</p>
3	<p>Sejak kapan gastrodiplomasi ini di gunakan oleh KBRI Kuwait dan Bagaimana upaya gastrodiplomasi dilakukan?</p>	<p>Gastrodiplomasi ini kan kita memperkenalkan <i>culture</i> Indonesia melalui kuliner ya mba. Kita memperkenalkan Indonesia melalui makanan, melalui makanan, melalui restoran dengan melalui hubungan langsung dengan masyarakat (<i>people to people content</i>) atau <i>people to people diplomacy</i>. Bukan <i>high-level of diplomacy</i> tetapi lebih ke <i>social diplomacy</i>, langsung ke masyarakatnya. Untuk memperkenalkan kuliner atau masakan Indonesia, saya rasa sudah dilaksanakan sejak kantor perwakilan Indonesia berdiri di luar negeri di mana saja termasuk di Kuwait. Hubungan diplomatik antara Indonesia dan Kuwait mulai sejak 1968, tetapi kantornya berdiri sejak 1972. Dan gastrodiplomasi selalu dilakukan. Kalau bentuk-bentuk kegiatannya, pada setiap kesempatan event KBRI yang di selenggarakan dengan mengundang baik itu kalangan diplomatik, korps diplomatik atau dengan pemangku kepentingan terkait di Kuwait yang merupakan orang Kuwaitnya sendiri, dengan kalangan pengusahanya atau dengan masyarakat kuwait sendiri kita selalu menyuguhkan berbagai jenis kuliner dari Indonesia. Hal</p>

		itu terdapat di event baik mengenai trade atau cultural internasional kita juga selalu berpartisipasi. Kemudian kita juga menyelenggarakan sendiri promosi Indonesia seperti Indonesian Day atau kita ikut bergabung berbagai acara yang diselenggarakan oleh anggota negara ASEAN dan kita selalu menyuguhkan kuliner khas Indonesia.
4	Untuk kerjasama antara diaspora dan KBRI Kuwait apakah ada?	Ada, jadi di Kuwait ini terdapat FDIK, Forum Diaspora Indonesia di Kuwait. Di FDIK ini ada khusus sub organisasi yang khusus untuk sosial budaya yang selalu bekerjasama dengan KBRI mempromosikan kebudayaan, ketenagakerjaan, ekonomi. Mereka punya struktur organisasi yang menjadi rekan KBRI Kuwait. Kami memanfaatkan diaspora usaha-usaha kecil untuk menjual makanan Indonesia. Kalau restoran kita ada satu, yaitu 'Selera Kita', yang menjual makanan atau jajanan Indonesia. Baru satu ya, dan belum terlalu bisa disebut restoran, lebih ke rumah makan. Dan juga terdapat usaha rumahan, yang dimanfaatkan oleh teman-teman yang berprofesi sebagai perawat asal Indonesia. Di saat KBRI Kuwait terdapat event, mereka biasanya membantu untuk memasak. Seperti membuat tumpeng dan makanan lainnya untuk perayaan. Kalau kita untuk kegiatan promosi, kita memesannya kepada diaspora-diaspora kita.
5	Apakah ada gastrodiplomasi yang dilakukan selain dengan diaspora Indonesia?	Ada, kegiatan ini dinamakan ASEAN Festival. Dan di awal tahun kita ikut ke dalam Halaa Festival.
	Terkait dengan kebijakan pemerintah Indonesia, apakah	Ada, ditahun 2021 itu terdapat program yaitu 'Indonesia Spice Up

6	<p>terdapat kebijakan mengenai mengenai gastrodiplomasi Indonesia di Kuwait?</p> 	<p>The World' itu merupakan keywordnya. Program ini untuk mengenalkan makanan Indonesia di luar negeri akan membantu pengusaha atau petani rempah – rempah di Indonesia. Akan adanya kebutuhan rempah – rempah dan akan adanya peningkatan ekspor rempah – rempah ke luar negeri. KBRI Kuwait sendiri sudah melaksanakan pada acara Amazing ASEAN, yang bekerjasama dengan Lulu Hypermarket di Kuwait. Kita mengikuti 5 hari exhibition amazing asean dan kita promosi khusus rempah – rempah Indonesia. Kita juga bekerja sama dengan diaspora Indonesia yang berhasil di sini menjadi importir resmi. Dia sudah berhasil memasukkan rempah – rempah Indonesia ke Kuwait. diantaranya merupakan lada, kemiri, daun serai, kopi, teh, pala, kemudian sampai dengan bumbu makanan instan, tetapi masih dijual hanya di kalangan masyarakat Indonesia dan juga berbagai kerupuk Indonesia.</p>
7	<p>Sebelumnya kita berbicara mengenai kebijakan dari pemerintah Indonesia. Apakah ada kebijakan dari pemerintah Kuwait mengenai penyebaran gastrodiplomasi, atau penyebaran makanan luar negeri di Kuwait? Apakah terdapat izin yang harus di cakupi atau hal lainnya?</p>	<p>Kalau dari Kuwait, untuk melakukan promosi makanan tidak ada halangan. Lebih terkait dengan peraturan impor produk makanan yang masuk dari Indonesia ke Kuwait. persyaratan umumnya cukup mudah. Persyaratan umum secara garis besar yaitu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mempunyai sertifikasi halal</li> <li>- Ingridients atau keterangan informasi gizi disampaikan dengan bahasa inggris dan arab.</li> <li>- Setiap sampel produk yang akan di distribusikan harus mendapat persetujuan dari</li> </ul>

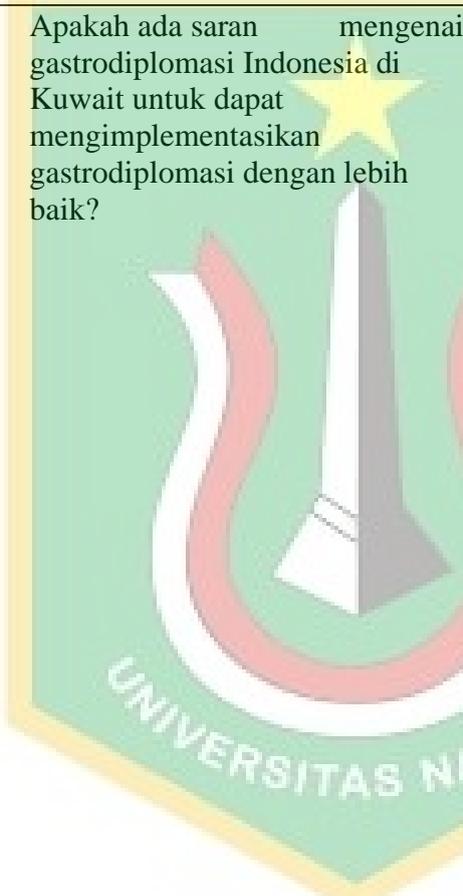
		<p>kementerian kesehatan Kuwait.</p> <p>Tetapi biasanya jika sudah ada produk yang masuk ke dalam pasar JCC (atau pasar timur tengah) akan sangat mudah masuk ke dalam Kuwait karena mereka mempunyai regulasi impor yang sama. Jika mengenai kuliner (gastrodiplomasi), masyarakat Kuwait sangat antusias dengan masakan Indonesia atau kuliner Indonesia. Bahkan jika ada masyarakat Kuwait yang sudah pernah mengunjungi Indonesia, jika terdapat acara yang diadakan KBRI selalu mencari nasi goreng, bakso, sate.</p>
8	<p>Jikalau untuk mereka yang belum pernah ke Indonesia, apakah ada antusiasme/ketertarikan terhadap masakan Indonesia?</p>	<p>Ada, Jadi saat puasa tahun ini kita ada acara di Kuwait University. Selama 3 hari, kita menampilkan kuliner yang berbeda-beda dan itu selalu habis. Mereka memiliki ketertarikan kepada makanan ‘tumpeng’ dan berbagai ‘condiments-condiments’ nya. Kemudian pada saat kegiatan tersebut kami juga menceritakan apa saja makna dari tumpeng atau kue lapis yang berwarna-warni. Dan acara apa saja yang biasanya menghadirkan makanan-makanan ini. Mereka selalu antusias, dikarenakan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Penyajian kita selalu menarik</li> <li>- Kita barengi dengan cerita budaya/unsur budaya</li> <li>- Warna – warni dari kuliner dan aroma yang menarik</li> <li>- Kekayaan rasa dari masakan Indonesia yang mempunyai rasa asin, manis, gurih.</li> <li>- Rasa masakan Indonesia yang mudah di terima oleh masyarakat Kuwait.</li> <li>- Kecuali dengan level kepedasan yang kurang pas dan menjadi tantangan.</li> </ul>

		Pedasnya mereka hanya saus <i>barberque</i> , jadi jika mereka kita beri sambal, wah mereka akan berhenti makan. Nasi kuning dengan urap yang terdapat kencur di dalamnya juga masih terasa pedas bagi mereka.
9	Apakah terdapat restoran atau tempat makan resmi Indonesia di Kuwait bu?	Ada, namanya rumah makan mama lala, tetapi sudah berganti nama menjadi 'Selera Kita'. Rumah makan tersebut <i>di re-branding</i> oleh pemilik barunya.
10	Apakah terdapat <i>target market</i> dalam rumah makan 'Selera Kita'?	Untuk rumah makan selera kita ini tidak memiliki adanya target khusus. Tetapi rumah makan ini tidak berada di wilayah Kuwait City. Melainkan di provinsi Ahmadi, namanya Mangaf. Dimana daerah tersebut padat dengan penduduk Indonesia, Malaysia yang berprofesi sebagai perawat dan bekerja di perusahaan minyak. Jadi kebanyakan yang menikmati hidangan tersebut merupakan orang Indonesia, Malaysia, India, Pakistan dan beberapa masyarakat kuwait. Jadi di daerah ini lebih banyak pemukiman ekspat para pekerja luar negeri. Lebih kepada rumah makan atau warung makan. Banyak makanan Indonesia yang tersedia seperti bubur ayam, bakso, soto ayam, gorengan dan lainnya. Serta harganya pun masih di bawah harga restoran. Kisaran harganya 1,5 - 2 dinar Kuwait. saya pernah makan bakso dan es teh manis, harganya 4,8 dinar. Kisaran harga makan Indonesia jika di rupiahkan sekitar 50-150 ribu rupiah. Jadi untuk masyarakat Kuwait masih jarang sekali, karena mereka lebih suka makan di mall atau restoran. Kecuali dia (Warna Negara Kuwait) yang menikah dengan orang Indonesia
11	Apakah pemilik restoran tersebut merupakan salah satu diaspora Indonesia? Termasuk masyarakat Indonesia yang tinggal di Kuwait atau jenis diaspora lainnya bu?	Iya, rumah makan tersebut di miliki oleh Bapak Alex Syafei. Dia itu pegawai salah satu rumah sakit Kuwait. tetapi salah satu syarat untuk memiliki izin usaha di Kuwait, tidak bisa dimiliki oleh warga negara asing. Jadi harus berpartner dengan warga negara Kuwait setempat. Lalu mereka <i>join venture</i> atau berkongsi dengan

		warga negara Kuwait. terutama untuk sewa tempat. pengelolaannya bisa di bagi 2, warga negara asing dan warga Kuwait. Jika seperti Pak Alex Syafei, diaspora kita. Mereka itu menjalankan usaha rumah makan dari kokinya, baik <i>supply</i> produk bahan makanan utama dan pelayannya itudari bapak Alex Syafei.
12	Jadi untuk warga negara asing tidak boleh memiliki izin usaha ataumemiliki usaha sendiri di kuwait tidakboleh sama sekali ya bu?	Tidak bisa sendiri, harus ada partner warga setempat. Jadi mereka harus bekerja sama dengan warga negara Kuwait (partner) jadi nanti ada pembagian kalau tidak salah kebijakannya, 51% untuk warga lokal Kuwait dan 49% untuk warga negara asing. Diatas kertas peraturannya seperti itu. Di Kuwait warga negara asing itu wajib memiliki <i>local partner</i> untuk izin usaha. Untuk pencatatan izin usaha atau perusahaan, itu harus didaftarkan dengan nama Warga Kuwait. Begitu juga dengan perusahaan besar asing yang terdapat di Kuwait sistem kerja samanya harus terdapat warga lokal yang berada di level manajerial dan 15-25% warga Kuwait harus terdapat dalam perusahaan yang berada di Kuwait, tergantung dengan besar kecilnya perusahaan. Untuk <i>general business</i> , seperti restoran, pasti tempatnya itu di miliki oleh warga Kuwait.
13	Untuk kegiatan gastrodiplomasi, apakah ada peranan dari kementerian pariwisata atau kementerian luarnegeri untuk membantu KBRI mempromosikan gastrodiplomasi Indonesia di Kuwait? Jika ada, bagaimana peranan tersebut?	Saya rasa, belum ada untuk secara langsung. Semenjak tahun 2019 dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Tetapi untuk tahun 2020 – 2023 ini akan ada kerja sama selanjutnya. Untuk peranan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, kita selalu ada koordinasi mengenai materi untuk publikasi budaya dan wisata Indonesia baik di sosial media, harian lokal setempat. Untuk peranan kementerian luar

		negeri kita punya dari direktorat informasi dan diplomasi publik kementerian luar negeri yang setiap minggunya memberikan materi, promosi, <i>trade</i> , <i>tourism</i> , dan <i>investment</i> . Termasuk di dalamnya terdapat kuliner Indonesia, kerajinan Indonesia, rempah-rempah Indonesia, hasil tambang Indonesia, atau potensi pariwisata Indonesia. Jadi dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif ada dan Kementerian Luar Negeri juga terdapat bagian untuk promosi
14	Selain gastrodiplomasi apakah ada promosi lainnya dari KBRI di Kuwait?	Ada, mengenai <i>trade and investment</i> . Jika dari Indonesia biasanya untuk produk non-migas. Lalu pariwisata dan hal lainnya semua kita lakukan.
15	Selain diaspora yang membuka restoran apakah ada kerja sama lain dengan tenaga kerja Indonesia? Mengingat sangat banyak tenaga kerja ahli Indonesia yang bekerja di Kuwait.	Betul mba, ada. Jadi <i>chef</i> (koki) Indonesia yang bekerja di hotel dan rumah sakit swasta bintang 5. Lalu juga ada barista-barista Indonesia yang sangat di sukai. Di sini secara tidak langsung melakukan gastrodiplomasi kuliner Indonesia. Dengan memasak makanan kuliner Indonesia, seperti nasi goreng dan mie goreng Jawa. Jadi terdapat gastrodiplomasi secara tidak langsung melalui tenaga kerja di sana.
16	Apakah ada program yang dilakukan untuk dapat mengimplementasikan upaya dari strategi gastrodiplomasi Indonesia oleh KBRI di Kuwait?	Ada satu program KBRI yang bekerja sama dengan diaspora untuk memberikan semacam edukasi mengenai bagaimana menjadi ambasador Ekonomi dan pariwisata Indonesia. Jadi tidak hanya bekerja saja di Kuwait, tetapi juga memberikan edukasi kepada masyarakat Kuwait mengenai potensi Indonesia. Contohnya seperti barista, bisa mengenalkan kopi Indonesia kepada masyarakat Kuwait. untuk <i>massage therapy</i> , kita bisa promosikan bali sebagai tempat <i>massage</i> terbaik Indonesia, serta kita dapat suguhkan minuman jahe asal Indonesia sebagai <i>compliment</i> , dikarenakan teh saja yang biasa digunakan.
17	Bagaimana dampak dari gastrodiplomasi Indonesia dari	Ada penambahan produk makanan jadi ( <i>conventinary</i> ) snack - snack Indonesia.

	<p>KBRIdi Kuwait?</p>	<p>Peningkatannya saya tidak bisa jelaskan dikarenakan saya juga tidak mendapatkan data dari importirnya (pihak importir tidak mau membagikan data). Adanya peningkatan jumlah wisatawan asal Kuwait sebelum pandemi itu sekitar 500an orang. Dikarenakan penduduk Kuwait hanya 1 juta. Menurut data yang saya dapat dari kementerian pariwisata mencapai 1500 orang Kuwait datang ke Indonesia sebelum pandemi. Jadi menurut saya terdapat dampak gastrodiplomasi dengan adanya peningkatan pariwisata juga. Peningkatan jumlah permintaan produk Indonesia (produk indofood, mayora) dan banyaknya orang yang mulai mengenal Indonesia. Karena juga adanya rumah makan ‘Selera Kita’ dan melalui kegiatan yang kita selenggarakan atau yang di ikuti KBRI kita selalu menyuguhkan kuliner Indonesia.</p>
<p>18</p>	<p>Untuk perkembangan gastrodiplomasi dari tahun ke tahun terutama dari tahun 2020 – 2022, bagaimana hasil dari terlaksana?</p>	<p>Dikarenakan pandemi dalam dua tahun terakhir, nilai perdagangan saja turun. Untuk gastrodiplomasi, karena keterbatasan penyelenggaraan kegiatan, untuk mengumpulkan publik yang banyak di ruang tertutup maupun terbuka memang belum maksimal. Selama dua tahun terakhir, ini kami baru mulai bergerak kembali di tahun 2022 ini dimana Pemerintah Kuwait telah menghapus kebijakan tersebut, jadi sudah back to normal. Jadi kita akan melihat realisasi gastrodiplomasi yang meningkat setelah tahun 2022 atau tahun 2023 nanti. Tetapi jika kita melihat untuk produk-produk makanan Indonesia (secara kemasan) sudah banyak disini. Indomie menjadi favorit disini, sambal ABC, Kecap manis, makanan manis-masnis seperti biskuit roma kelapa, kopiko, permen seperti yupi, coki-coki. Itu sudah banyak di</p>

		<p>pasaran. Dan masyarakat Kuwait baru mengetahui bahwa produk ini dari Indonesia saat kita bawa makanan tersebut pada pameran / festival yang kita ikuti. Untuk produk Indonesia kami menitipkannya kepada Supermarket India atau Filipina.</p>
17	<p>Apakah ada saran mengenai gastrodiplomasi Indonesia di Kuwait untuk dapat mengimplementasikan gastrodiplomasi dengan lebih baik?</p> 	<p>Kuwait ini merupakan masyarakat Kalangan atas. Dibandingkan dengan jumlah populasi yang berjumlah 4 juta di Kuwait. 1 Juta masyarakat Kuwait ini merupakan kalangan high class, mereka suka fine-dining concept. Mereka ini suka eksplorasi makanan india, Korea dan Jepang. Restoran makanan Korea dan Jepang ini selalu ramai dan antre. Karena konsep yang mereka gunakan adalah fine- dining. Dikarenakan orang-orang Kuwait ini suka dandan. Mereka jika keluar itu sangat totalitas. Entertain mereka itu makan dan ke mall. Mereka tidak suka ke warung (mini market). Jika di luar negeri mungkin mereka akan ke warung (mini market). Mereka ini suka konsep bistro, suka cafe, suka restoran dengan night view. Terdapat restoran singapura yang berkonsep fine-dining. Orang Kuwait sangat suka ke restoran ini. Jadi kita ini bisa eksplorasi bagaimana pemerintah bisa memanfaatkan tenaga kerja Indonesia di Kuwait untuk memanfaatkan kerja sama dengan warga lokal Kuwait ini untuk dapat menguntungkan kita. Dikarenakan banyak sekali tenaga kerja yang bekerja di Kuwait dan sangat di sukai di kuwait, apalagi kita termasuk pekerja muslim. Maka dari itu, bagaimana kita dapat encourage tenaga kerja Indonesia untuk dapat</p>

		<p>memanfaatkan hal itu. Bagaimana mereka dapat membangun relasi di Kuwait. biaya untuk bisnis di Kuwait sangat mahal jadi kita tidak mungkin untuk membangun bisnis sendiri di sana. Walaupun kita memiliki modal kita harus bekerja sama dengan warga negara Kuwait untuk membuka restoran. Dan kita mempunyai peluang untuk dapat membuka restoran dengan konsep eksklusif yang di minati masyarakat Kuwait.</p>
--	---	---

## TRANSKRIP WAWANCARA

Narasumber 2 : Alex Syafei

Jabatan : Pemilik Rumah Makan Indonesia ‘Selera Kita’ di Kuwait.

Waktu Wawancara : Jam 15.34 – 16.30 WIB.

Tanggal Wawancara : Senin, 1 Agustus 2022, Via Whatsapp

No	Pertanyaan	Jawaban Narasumber
1	Apakah Posisi Jabatan, Bapak Alex Syafei di Rumah Makan ‘Selera Kita’ ?	Sebagai owner dan manager
2	Di mana lokasi dari rumah makan ‘Selera Kita’?	Di daerah Mangaf, block 4 Ahmadi Kuwait
3	Mengapa memilih lokasi tersebut sebagai tempat rumah makan ‘Selera Kita’ di Kuwait?	Karena banyak masyarakat Indonesia yang berada di daerah sekitar restoran. Selain diaspora Indonesia, banyak juga orang-orang Malaysia dan Asian lainnya yang berdomisili dekat dengan lokasi restoran.
4	Saya mendapatkan informasi, jika pembukaan usaha di Kuwait harus mempunyai partner masyarakat lokal Kuwait. Jika berkenan menyebutkan nama beliau, siapakah partner Bapak Alex Syafei?	Iya benar, pembukaan usaha apa aja di Kuwait harus memiliki partner Kuwait sebagai pemegang izin. Nama Partnernya adalah Rifan
5	Sejak kapan rumah makan ‘Selera Kita’ sebagai rumah makan Indonesia mendapatkan izin untuk dapat membuka tempat makan/restaurant Indonesia di Kuwait?	Rumah makan Indonesia ini sudah ada sejak tahun Sejak 2010 dengan nama Mama Lala dan kita <i>re-branding</i> menjadi SELERA KITA dari Januari 2022 setelah kita ambil alih kepemilikan.

6	<p>Mengapa adanya perubahan nama rumah makan dari 'Mama Lala' ke 'Selera Kita', Apakah terdapat alasan dalam perubahan nama tersebut?</p>	<p>Karena nama Mama Lala bersifat umum dan tidak merepresentasikan Indonesia. Jadi kalo orang Indonesia atau Asia tenggara yang baru tiba di Kuwait dan dengar nama restoran Mama Lala, mereka tidak akan mengira bahwa itu restoran Indonesia. Makanya kita mengubah nama itu dengan SELERA KITA. Kata kata ini sudah identik dengan Indonesia. Orang Malaysia pun sudah paham kalo ini restoran Indonesia. Selera Kita ini bersifat nasional dan general KITA. Makanya dengan nama ini, kita bisa lebih gampang untuk promosi karna dari nama sendiri sudah terwakil kan. Dimana makan? Di Selera Kita</p>
7	<p>Bagaimana proses rumah makan 'Selera Kita' mendapatkan lisensi sebagai restaurant/rumah makan resmi Indonesia di Kuwait?</p>	<p>Prosesnya dengan kita membeli hak guna operasional kepada orang Kuwait. Kemudian orang Kuwait melalui kantornya mengajukan perizinan kepada kementerian perdagangan dengan memberikan nama</p>
8	<p>Apakah terdapat peranan KBRI Kuwait dalam proses perizinan pembukaan usaha rumah makan 'Selera Kita' di Kuwait?</p>	<p>Proses izinan mungkin tidak ada peran teknis dari KBRI karena kontraknya dari personal kita sendiri dengan pihak kuwait yang memegang lincence. Namun KBRI disini berperan untuk kita minta arahan, masukan dan pertimbangan tentang keberadaan dan perkembangan restoran kita. Karna bukan hanya kita menjual makanan saja, akan tetapi kita juga sebagai duta yang ikut mempromosikan Indonesia di Kuwait.</p>
9	<p>Siapa saja target market dari rumah makan 'Selera Kita'?</p>	<p>Target kita adalah masyarakat Asia Tenggara yang ada di Kuwait dan berfokus Indonesia. Market di sekitar kita kebanyakan bekerja di perminyakan, <i>petrochemical</i>, rumah sakit, perhotelan dan lain-lain. Selain Indonesia, kita juga punya market Malaysia yang lumayan besar juga, ada Singapura, ada Brunei, ada juga China, Filipina dan negara lainnya.</p>

10	Apakah banyak masyarakat 'Kuwaiti' yang berkunjung ke 'Selera Kita'?	Ada juga orang Kuwait yang berkunjung ke Restoran Selera Kita. Mereka-mereka ini biasanya punya istri orang Indonesia dan juga orang Kuwait yang pernah menyantap makanan Indonesia di luar Kuwait saat mereka bepergian
11	Bagaimana peranan KBRI Kuwait terhadap rumah makan 'Selera Kita' di Kuwait?	Peranan KBRI sangat suportif sekali dan mendukung. KBRI bekerja sama dengan kita dalam berbagai acara seperti konsuler keliling yang tempatnya di Restoran Kita. Kemudian juga KBRI memesan makanan dari Selera Kita untuk beberapa kegiatan yang ada di KBRI.
12	Apakah ada dampak dari peranan KBRI Kuwait terhadap rumah makan 'Selera Kita'? Jika ada apa saja dampak yang di berikan?	Jelas ada dampak dari peranan KBRI terhadap Rumah Makan Selera Kita. Dampak marketingnya, nama Selera Kita sering disebut-sebut oleh Ibu Dubes atau jajarannya dalam beberapa acara di KBRI. Jadi itu ikut membantu mengenalkan Selera Kita kepada masyarakat Indonesia di Kuwait atau non Indonesia.
13	Bagaimana kegiatan kuliner Indonesia antara Indonesia dan Kuwait sebelum adanya rumah makan 'Selera Kita' dan sesudah adanya rumah makan 'Selera Kita' terhadap kuliner Indonesia di Kuwait? Terutama pada tahun 2020 – 2022	Kegiatan Kuliner Indonesia antara Indonesia dan Kuwait diperkenalkan dalam acara-acara resmi KBRI di dalam wisma ataupun di tempat event-event nasional yang dimana KBRI ikut di dalamnya. Kuliner Indonesia diperkenalkan lewat booth yang KBRI miliki. Untuk kegiatan kuliner di Kuwait dalam event-event masyarakat Indonesia, diadakan pada acara seperti liga bola, liga volley, 17 agustusan, Indonesian Fun Day dan lain-lain. Setelah adanya Selera Kita, Kuliner Indonesia bisa diperkenalkan setiap hari pada jam operasional restoran.

# Cek Fix Jiya.docx

## ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://digilib.uinsby.ac.id">digilib.uinsby.ac.id</a> Internet Source	2%
2	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	1%
3	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	1%
4	<a href="http://repository.unpar.ac.id">repository.unpar.ac.id</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://economy.okezone.com">economy.okezone.com</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://ejournal.upnjatim.ac.id">ejournal.upnjatim.ac.id</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://opac.lib.idu.ac.id">opac.lib.idu.ac.id</a> Internet Source	1%
9	<a href="http://www.liputan6.com">www.liputan6.com</a> Internet Source	1%