

BAB IV

KESIMPULAN

Berpedoman kepada pertanyaan penelitian “Bagaimana Pengaruh dari Strategi Gastrodiplomasi yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia dalam meningkatkan *brand image* kuliner Indonesia di Belanda?”, dapat penulis simpulkan bahwa strategi gastrodiplomasi yang telah dilakukan oleh Indonesia di Belanda dalam bentuk festival, pameran, lokakarya, program *Co-Branding* Diaspora, *Spice up Indonesia*, dan lainnya telah berpengaruh terhadap meningkatnya *brand image* kuliner Indonesia di Belanda yang semakin dikenal. Bahkan melalui berbagai kegiatan yang diinisiasi oleh Pemerintah berkolaborasi dengan berbagai *stakeholder* nyatanya telah berdampak pada meningkatnya pengetahuan dan literasi Masyarakat Belanda terhadap kuliner Indonesia yang sangat beragam dan kaya.

Jika berbicara mengenai kondisi gastrodiplomasi Indonesia, Pemerintah Indonesia dalam beberapa dekade terakhir ini nyatanya telah mengimplementasikan gastrodiplomasi secara massif di Belanda melalui KBRI Den Haag sebagai aktor utama. Tetapi, selain aktor utama tersebut, Pemerintah Indonesia turut melibatkan peranan dari aktor-aktor non negara lainnya sebagai bagian dari strategi untuk mendukung implementasi gastrodiplomasi Indonesia di Belanda. Contohnya seperti kerjasama yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia dengan KBRI Den Haag dan Diaspora Indonesia ataupun Pemerintah Indonesia dengan KBRI Den Haag dan kementerian-kementerian Indonesia terkait seperti Kemenlu, Kemenparekraf, dan

kemendikbud. Kerjasama ini dilakukan sebagai bagian dalam strategi aktivitas gastrodiplomasi Indonesia yang diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi industri pariwisata maupun perdagangan Indonesia. Adapun segala upaya yang dilakukan dapat terlihat dari pernyataan yang disampaikan oleh Duta Besar Indonesia untuk Belanda pada 2012 yaitu Retno Marsudi yang mengatakan bahwa Indonesia sedang menggencarkan program gastrodiplomasi, dan Belanda dipilih sebagai salah satu bagian dari pusat promosi kuliner dan budaya Indonesia. Sebagai upaya untuk menyukseskan aktivitas ini, Pemerintah Indonesia melalui KBRI Den Haag, mendorong para diaspora Indonesia yang bermukim di Belanda untuk membentuk sebuah divisi khusus yang bernama *Indonesia Culinary Task Force*, dan pendirian ini dilakukan sebagai salah satu upaya dari masyarakat untuk mendukung program diplomasi yang dicanangkan oleh Indonesia.

Berbicara mengenai kondisi Makanan Indonesia, *brand image* Kuliner Indonesia sebenarnya sudah dikenal sangat baik di Belanda, dan ini terjadi karena adanya proses akulturasi dan integrasi budaya "*Indische*" yang terjadi dari proses kolonisasi Belanda di Indonesia sejak lama. Sejak awal mula diperkenalkan, kuliner Indonesia nyatanya terus mengalami perkembangan dan terus beradaptasi dengan tren dan kondisi kuliner yang ada di Belanda. Rumah makan yang menghadirkan menu kuliner Indonesia nyatanya terus bertambah dan berkembang dari hari ke hari. Dibuktikan dengan, adanya 2000 rumah makan, toko, maupun warung yang menjual produk-produk dari Indonesia salah satunya kuliner dan makanan Indonesia di seluruh wilayah Belanda. Oleh karena itu, dengan berpatokan kepada kepopuleran kuliner Indonesia dan juga jumlah rumah makan Indonesia

yang terus bertambah, ini lah yang akhirnya menjadi peluang emas bagi Indonesia untuk dapat menerapkan strategi gastrodiplomasi dan juga mengembangkannya secara massif dan efektif di Belanda

Tetapi sangat disayangkan, walaupun peluang yang ada begitu terbuka, nyatanya dalam implementasi yang ada, Indonesia belum memiliki rencana strategi yang jelas dan efektif untuk membentuk *brand image* kuliner Indonesia semakin lebih dikenal lagi di Belanda. Dibuktikan dari aktivitas gastrodiplomasi dan promosi kuliner yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia melalui peranan KBRI Den Haag hanya baru sekedar melalui berbagai kegiatan seperti pameran, festival, ataupun lokakarya. Menurut data yang penulis dapatkan, Indonesia telah terlibat dalam berbagai kegiatan yang ada ada seperti *Taste of Amsterdam*, *Event Vakantiebeurs*, Tong-tong Festival, Pasar Malam Indonesia, bahkan sampai kegiatan Lokakarya Memasak di Noordwijkerhout. Sebagai upaya untuk mendukung berbagai kegiatan ini, Indonesia memilih bekerjasama dengan para diaspora Indonesia dan aktor-aktor non negara lainya yang berkompeten dan profesional dalam bidangnya seperti pakar kuliner dan Chef profesional Indonesia seperti William Wongso, Agus Hermawan, bahkan Vindeks Tengker yang tentunya mereka telah berpengalaman dan profesional dalam bidang kuliner dan gastrodiplomasi Indonesia. Bukan hanya melalui pakar kuliner saja, dalam menyukseskan aktivitas gastrodiplomasi di Belanda, Indonesia juga turut bekerjasama dengan beberapa BUMN Indonesia untuk mempromosikan kuliner Indonesia seperti Garuda Indonesia, sampai kepada produsen dan importir makanan seperti Choi Kee, Jan Van As, dan masih banyak lainnya.

Seperti dalam konsep *Multi Track Diplomacy*, dalam upaya memperkenalkan *brand image* kuliner Indonesia, KBRI Den Haag juga turut didukung oleh berbagai lapisan organisasi yang bergerak dalam bidang kuliner Indonesia di Belanda seperti Asosiasi Chef Indonesia (ACI), Indonesia Satu, Indokok, dan *Indonesia Netherland Intermediary* (Indonedair). Organisasi-organisasi ini jugalah yang turut mensukseskan aktivitas gastrodiplomasi Indonesia di Belanda khususnya melalui berbagai kegiatan yang ada dan juga mempublikasikan setiap program KBRI dan kegiatan yang ada kepada masyarakat Belanda maupun Indonesia. Selain itu, dalam upaya gastrodiplomasi ini Media juga turut membantu dengan menjadi jembatan penghubung antara KBRI Den Haag dengan masyarakat secara keseluruhan, terdapat ragam cara yang digunakan untuk membentuk opini positif kuliner Indonesia di Belanda seperti melalui ragam social media seperti website resmi, instagram, facebook, dan twitter ataupun media-media elektronik berbahasa belanda lainnya. Tetapi dalam upaya gastrodiplomasi Indonesia ini, dapat dikatakan media belum berperan terlalu aktif dan masih cenderung terbilang sedikit, sehingga pada akhirnya membuat jangkauan media untuk masyarakat Belanda masih terbilang sedikit dan belum dipublikasikan secara luas.

Setelah melihat pemaparan ini, Indonesia memang dapat dikatakan memiliki strategi yang cukup berbeda dibandingkan dengan strategi gastrodiplomasi yang diimplementasikan negara lainnya khususnya di Belanda. Indonesia biasanya memilih strategi untuk menambah restoran Indonesia di berbagai negara, tetapi tidak untuk Belanda yang dimana jumlah restoran Indonesia

sendiri sudah berjumlah 2000 sampai tahun 2017. Maka dari itu, untuk mendukung restoran-restoran Indonesia ini, Indonesia meluncurkan sebuah program *Co-Branding Diaspora* untuk restoran Indonesia yang telah diimplementasikan pada sejumlah restoran Indonesia seperti Ron Gastrobar Indonesia, Spang Makandra, dan Indrapura. Semua langkah ini ditujukan untuk dapat meningkatkan *brand image* kuliner Indonesia agar semakin lebih dikenal di masyarakat Belanda.

Adapun tantangan yang harus dihadapi oleh Indonesia yaitu seputar *Product Branding* Indonesia melalui “*wonderful Indonesia*” yang masih belum memiliki kerangka strategi yang efektif khususnya dalam mempromosikan kuliner Indonesia. Sehingga tidak mengherankan jika sampai 2019, hanya ada 4 restoran Indonesia dari 2000 restoran di Belanda yang menggunakan *tagline wonderful Indonesia* dan berafiliasi kepada Pemerintah. Kedua, adalah tidak adanya dukungan pendanaan yang jelas kepada diaspora Indonesia dalam menyelenggarakan festival-festival kuliner yang ada. Sehingga, hal ini membuat banyak diaspora urang terlibat dalam setiap festival maupun pameran yang ada. Bahkan jika ada pun, banyak dari festival tersebut justru mendapatkan bantuan dana dari pihak swasta yang pada akhirnya membuat festival tersebut lebih dipenuhi oleh promosi seputar *brand* produk tertentu dibandingkan *brand* kuliner Indonesia secara keseluruhan. Ketiga, adalah permasalahan mengenai impor produk Indonesia ke Belanda. Dimana hal ini membuat produk-produk makanan Indonesia seperti rempah dan bumbu-bumbu menjadi jauh lebih mahal bahkan sulit untuk didapat. Akibatnya juga, membuat para diaspora Indonesia yang berkecimpung dalam bisnis kuliner Indonesia di Belanda menjadi lebih sulit dalam membeli bahan baku impor dari Indonesia, dan

tidak sedikit dari mereka yang pada akhirnya harus gulung tikar karena tidak mampu menghadapi permasalahan ekonomi yang ada, khususnya saat terjadi resesi ekonomi yang menimpa Belanda pada 2014.

Walaupun pada awalnya upaya mempromosikan *brand image* kuliner Indonesia masih menghadapi tantangan, perlahan tapi pasti, program yang telah dicanangkan oleh Pemerintah Indonesia dapat berdampak kepada kualitas *brand image* Indonesia, yang lebih membaik dari tahun ke tahun walaupun belum maksimal. Keberhasilan gastrodiplomasi Indonesia dapat dilihat dari indeks yang menyebutkan bahwa sebelum tahun 2012, jumlah restoran Indonesia di Belanda hanya berjumlah 1500 atau sekitar 13% dari total semua restoran asing yang ada di Belanda. Tetapi, berdasarkan indeks yang dikeluarkan oleh Jakarta Globe pada tahun 2017, menyebutkan bahwa jumlah restoran Indonesia yang terdapat di Belanda nyatanya mengalami kenaikan pesat dari yang hanya 1500 pada 2011 menjadi 2850 restoran yang menyajikan kuliner Indonesia di Belanda, dan ini artinya kuliner Indonesia menguasai sekitar 45% dari total restoran asing yang ada di Belanda, dan bahkan mengalahkan restoran-restoran khas sejumlah negara seperti Thailand yang selalu dibanding-bandingkan dengan Indonesia selama ini.

Sebagai penutup, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki banyak kelemahan dikarenakan adanya keterbatasan pada diri penulis. Kelemahan tersebut antara lain adalah, metode pengumpulan data tidak menggunakan data kuesioner dan wawancara, dikarenakan keterbatasan waktu dalam pembuatan penelitian ini. Kedua, variable dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini belum mewakili semua faktor-faktor yang ada dalam gastrodiplomasi karena

adanya keterbatasan pada ketersediaan data valid. Tetapi, dengan semua hasil dan strategi gastrodiplomasi yang telah dijalankan oleh Indonesia di Belanda, keberhasilan gastrodiplomasi Indonesia di Belanda dapat dilihat dari empat indikator yang penulis sesuaikan dengan konsep Keith Dinnie, yaitu indikator pertama dapat dilihat dari program *Co-Branding* Restoran Indonesia yang berpengaruh terhadap bertambahnya variasi restoran asing di Belanda, bahkan pada 2018, terdapat 2850 restoran baru yang menyajikan kuliner Indonesia di Belanda, dan secara statistic jumlah ini menguasai hampir sekitar 45% dari total populasi restoran asing yang ada di Belanda. Indikator kedua adalah jumlah pengunjung Belanda di restoran Indonesia yang terus mengalami kenaikan. Dibuktikan dari 80% pengunjung yang mengunjungi Ron Gastrobar adalah mayoritas warga setempat Belanda dibandingkan dengan Warga Negara Indonesia. Indikator ketiga adalah popularitas kuliner Indonesia terus mengalami kenaikan. Jika dahulu masyarakat Belanda hanya mengenai rendang dan sate sebagai kuliner Indonesia, tetapi setelah Indonesia meningkatkan berbagai program gastrdiplomasi, Masyarakat Belanda dapat mengenal lebih jauh tentang kekayaan kuliner Indonesia. Contohnya seperti beberapa Masyarakat Belanda yang baru mengetahui mengenai kuliner ikan pesmol yang disajikan pada Pavilion Indonesia dalam rangka *Event Taste of Amterdam* yang pada akhirnya mengundang atensi besar dari pengunjung yang hadir saat itu. Sedangkan, indikator terakhir atau keempat dapat dilihat dari keberhasilan Indonesia dalam berkolaborasi dengan diaspora Indonesia yang berdampak kepada apresiasi dan penghargaan dari Pemerintah Belanda terhadap restoran Indonesia di Belanda. Contohnya ditunjukkan dari restoran “Toko

Nusantara” milik Diaspora Indonesia yang dianjar penghargaan tertinggi dari Pemerintah Belanda sebagai “*Het Leutske Restaurant 2018*” atau Restoran paling menyenangkan se-Belanda, dan penghargaan ini dapat dikatakan sebagai salah satu penghargaan paling prestisius yang ada di Belanda.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Adam Roberts and Richard Guelff, Documents On The Laws Of War, Third Edition, Oxford University Press, New York, 2000

Ekawatiningsih, Prihastuti. "Restoran". Jakarta: Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan. 2008. 310-313

Keith Dinnie. "Nation Branding: Concept, Issue, Practices". Oxford: Jordan Hill: Elsevier. 2008. 15

Khoo, G, "Sejarah Asia Tenggara Sejak Tahun 1500". Kuala Lumpur: Fajar Bakti SDN BHP. 1976.

Koentjaraningrat. Masalah Kesukubangsaan dan Integrasi Nasional. Jakarta: UI Press. 1993.

Lombard, D. "Kerajaan Aceh: Zaman Sultan Iskandar Muda (1607-1636). Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia. 2007

Mohammad Shoelhi, "Diplomasi Praktik Komunikasi Internasional". Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2011. 157

Stephen McGlinchey, Rosie Walters, dan Christian Scheinpflug, "The International Relations Theory". London: E-International Relations. 2017. 3-9

Sukawarsini Djelantik, "Transformasi Dalam Studi Hubungan Internasional". Yogyakarta: Graha Ilmu. 2007. 61-62

Jurnal

- Adam Zaki Gultom. 2020. "Kebudayaan Indis sebagai Warisan Budaya Era Kolonial". *Journal of History and Cultural Heritage*. Volume 1: 20-21.
- Adirini Pujayanti. 2027. "Gastrodiplomasi – Upaya Memperkuat Diplomasi Indonesia". *Jurnal Politica*. Volume 8, Nomor 1: 8.12
- A Trihartono. 2009. "Frontline messenger: preliminary study on Indonesian "diaspora" in gastrodiplomacy". *Earth and Environmental Science Conference Series Paper*.
- Baskoro, Rizky M. "Konseptualisasi dalam Gastrodiplomasi: Sebuah Diskusi Kontemporer dalam Hubungan Internasional". *Jurnal Insignia*. 2 (2017): 35.
- Bastian, R. B. "Perkembangan Kebudayaan Indis dan Pengaruhnya Terhadap Kehidupan Sosial Masyarakat Tradisional Yogyakarta Abad ke-19". *Jurnal Universitas Sanata Dharma Yogyakarta* (2018)
- Carrie, William, "Research Methods". *Journal of Business & Economic Research*. 7 (2007): 68.
- Charles A. McClelland. "The Place of Theory in the Conduct and Study of International Relations". *The Journal of Conflict Resolution*. Volume 4 (1960): 303.
- Chris Alden. "Foreign Policy Analysis". *Journal University of London Programmes*. Hal:10-11
- Eka Kartini Gaffar. 2021. "Hambatan Dalam Pengembangan Gastrodiplomasi Untuk Mencapai Brand Image Kuliner Indonesia di Era Pemerintahan Joko Widodo". *Journal Universita Bosowa Makasar*. Volume 1: 20-21.
- Fajri Prima Yaumil, Made Astawan, Tutik Wresdiyati. 2013. "Evaluasi Nilai Gizi Protein Rendang dan Kalio Khas Sumatera Barat". *Jurnal Penelitian Gizi dan Makanan*. Volume 36(2) (2013): 113-120, <http://ejournal.litbang.kemkes.go.id/indeks.php/pgm/article/view/3996/3813>

- John W. McDonald, "Citizen Diplomacy". *Modern Science and Vedic Science Journal*. 5 (1992): 1-2.
- Prawibowo, D., & Purnamasari, O. "Strategi Kementerian Pariwisata Indonesia dalam Branding Wonderful Indonesia Melalui Media Sosial". *Jurnal Perspektif Komunikasi*, Volume 8, (2018): 5-7
- Pham, M. J. "Food as Communication: A Case study of South Korea's Gastrodiplomacy". *Journal of International Service*, Volume 22, Number 1 (2013): 1-22.
- Rockower, Paul S. "Recipes for gastrodiplomacy". *Place Branding and Public Diplomacy*. 1-12 (2012): 87-105. https://publicdiplomacymagazine.com/wp-content/uploads/2013/07/pb201217_AOP-1-copy.pdf
- Sarah Patrecia Sinulingga. 2017. "Diplomasi Kebudayaan Indonesia Terhadap Amerika Serikat Melalui Kuliner (Gastrodiplomacy) Tahun 2010-2016.". *JOM Fisip*. Volume 4, No 2: 20-21.
- Sam Chapple Sokol. *Culinary Diplomacy: Breaking Bread to Win Hearts and Minds*. (The Hague Journal of Diplomacy, 2012). 8: 161-183.
- Zhang, Juyan. "The Foods of the Worlds: Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy Campaigns". *International Journal of Communication*. 9 (2015): 14. <http://ijoc.org/indeks.php/ijoc/article/viewFile/2847/1316>
- Wilson, Rachel. "Cocina Peruana Para El Mundo: Gastrodiplomacy, the Culinary Nation Brand, and the Context of National Cuisine in Peru", *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*. 2 (2011): 13-21. <http://surface.syr.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1014&context=exchange>.

Dokumen dan Laporan

Direktorat Jenderal Kebudayaan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia, “Rencana Strategis Direktorat Jenderal Kebudayaan Kemendikbud”. Diakses dari: <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/wp-content/uploads/2019/02/Renstra-Ditjenbud-Baru.pdf>

Kedutaan Besar Republik Indonesia Den Haag, Belanda, “Exotic Taste of Indonesia di Amsterdam”. Diakses dari: <https://kemlu.go.id/thehague/id/news/976/exotic-taste-of-indonesia-di-amsterdam>

Kedutaan Besar Republik Indonesia Den Haag, Belanda, “Genjot Wisatawan Eropa, Indonesia Kembali Berpartisipasi dalam Vakantiebeurs 2020”. Diakses dari: <https://kemlu.go.id/thehague/id/news/4251/genjot-wisatawan-eropa-indonesia-kembali-berpartisipasi-dalam-vakantiebeurs-2020>

Kedutaan Besar Republik Indonesia Den Haag, Belanda, “Kuliner dan Tari Indonesia Ramaikan Embassy Festival di Belanda”. Diakses dari: <https://kemlu.go.id/thehague/id/news/15797/kuliner-dan-tari-indonesia-ramaikan-embassy-festival-di-belanda>

Kedutaan Besar Republik Indonesia di Den Haag. “Wastra Indonesia 2017”. Diakses dari: <https://www.kemlu.go.id/thehague/id/berita-agenda/berita-perwakilan/Pages/Wastra-Indonesia2017.aspx> 9

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. “Indonesia-Belanda Sepakat Perkuat Kerja Sama Perdagangan, Investasi, hingga Pariwisata”. Diakses dari: <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/178/indonesia-belanda-sepakat-perkuat-kerja-sama-perdagangan-investasi-hingga-pariwisata>

Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. “Festival Tong Tong 2017 Obati Kerinduan pada Indonesia”. Diakses dari:

<https://www.kemlu.go.id/id/berita/berita-perwakilan/Pages/Festival-TongTong-2017.aspx>

Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. “Partisipasi 7 Perusahaan Indonesia di Pameran Horecava Amsterdam”. Diakses dari: <https://pasaramerop.kemlu.go.id/en/news/partisipasi-7-perusahaan-indonesia-di-pameran-horecava-amsterdam>

Kementerian Luar Negeri. “Wastra Indonesia 2017”. Diakses dari: <https://www.kemlu.go.id/thehague/id/berita-agenda/berita-perwakilan/Pages/Wastra-Indonesia2017.aspx>

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia. “Rencana Strategis Direktorat Jenderal Kebudayaan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Tahun 2015-2019”. Diakses dari: <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/wp-content/uploads/2019/02/Renstra-Ditjenbud-Baru.pdf>

The Embassy of The Republic of Indonesia the Hague, “Dutch Prime Minister Visit to Indonesia: Version 2.0 of the Bilateral Relationship”, Diakses dari: <http://new.indonesia.nl/indeks.php/en/all-category/84-asean-multilateral/532-dutch-prime-minister-visit-to-indonesia-version-2-0-of-the-bilateral-relationship>.

TNI Angkatan Laut Indonesia, “Sejarah Singkat Peristiwa-Peristiwa Pertempuran Laut”. Diakses dari: <https://www.tnial.mil.id/sejarahperanglaut/>

Website

Afra Augesti. “Mengenal Ron Gastrobar Downtown, Restoran Bernuansa Indonesia di Belanda”. Liputan6.com. Diakses dari: <https://www.liputan6.com/global/read/3878302/mengenal-ron-gastrobar-downtown-restoran-bernuansa-indonesia-di-belanda>, pada 29 November 2020, Pukul 13.14 WIB

Amsterdam De Pijp. “This is where you find the best Indonesian in Amsterdam”.
The Takeaway. Diakses dari:
<https://www.thuisbezorgd.nl/thetakeaway/en/best-indonesian-restaurants/>,
pada 14 Desember 2020, Pukul 10.06 WIB

Andika Primasiwi “Dubes Puja Promosikan Restoran Indonesia yang Ada di
Belanda”. Suaramerdeka.com. Diakses dari:
[https://www.suaramerdeka.com/internasional/amp/pr-0466441/dubes-puja-
promosikan-restoran-indonesia-yang-ada-di-belanda](https://www.suaramerdeka.com/internasional/amp/pr-0466441/dubes-puja-promosikan-restoran-indonesia-yang-ada-di-belanda), pada 3 Januari 2022,
Pukul 10.28 WIB

Ardyan Mohamad. “Pemerintah bakal jualan bumbu rendang di Belanda”.
Merdeka.com. Diakses dari: [https://www.merdeka.com/uang/pemerintah-
bakal-jualan-bumbu-rendang-di-belanda.html](https://www.merdeka.com/uang/pemerintah-bakal-jualan-bumbu-rendang-di-belanda.html)

Bali Discovery. William Wongso Indonesia’s Chef-Ambassador. Diakses dari:
<https://balidiscovery.com/william-wongso-indonesias-chef-ambassador/>

CNN Indonesia. “Kuliner Otentik Indonesia, Diplomasi Negara Lewat Makanan”.
Diakses dari: [https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20151029100430-
262-88104/kuliner-otentik-indonesia-diplomasi-negara-lewat-makanan](https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20151029100430-262-88104/kuliner-otentik-indonesia-diplomasi-negara-lewat-makanan),
pada 3 Januari 2022, Pukul 01.11 WIB

CNN Indonesia. “Rendang Kembali Masuk Daftar Makanan Terbaik Dunia Versi
CNN. Diakses dari: [https://www.cnnindonesia.com/gaya-
hidup/20210505125719-262-638829/rendang-kembali-masuk-daftar-
makanan-terbaik-dunia-versi-cnn](https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20210505125719-262-638829/rendang-kembali-masuk-daftar-makanan-terbaik-dunia-versi-cnn)

CNN Travel. “The world's 50 best foods”. Diakses dari:
<https://edition.cnn.com/travel/article/world-best-food-dishes/index.html>,
pada 16 November 2021, Pukul 13.34 WIB

Dewi Andriani. “Potensi Masakan Nusantara di Pasar Dunia”. Diakses dari:
<http://entrepreneur.bisnis.com/read/20130822/263/158136/kuliner->

indonesia-potensi-masakan-nusantara-di-pasar-dunia, pada 25 September 2020, pukul 14.11 WIB.

Diasporaindonesia.org. "Global Indonesian Diaspora: How many are there and where are they?". Diakses dari: http://www.diasporaindonesia.org/news?nc_id=1, pada 14 Desember 2021, Pukul 10.55 WIB

Dini Kusmana Massabuau. "Indonesia Kembali Berpartisipasi dalam Vakantiebeurs 2019 untuk Genjot Wisatawan Eropa". Suratdunia.com. Diakses dari <https://suratdunia.com/2020/01/17/indonesia-kembali-berpartisipasi-dalam-vakantiebeurs-2020-untuk-genjot-wisatawan-eropa/>, pada 3 Januari 2022, Pukul 11.57 WIB.

DW Indonesia. "Menlu Retno Marsudi: Srikandi Garda Depan Diplomasi". dw.com. Diakses dari: <https://www.dw.com/id/menlu-retno-marsudi-srikandi-garda-depan-diplomasi/a-18030174>, pada 3 Januari 2022, Pukul 14.39 WIB.

Eddi Santosa. "Kuliner Indonesia Dipuji di Antara Line-up Kuliner Dunia" Detiknews.com. Diakses dari: <https://news.detik.com/berita/d-2936782/kuliner-indonesia-dipuji-di-antara-line-up-kuliner-dunia>, pada 3 Januari 2022, Pukul 10.08 WIB

Elise Dwi Ratnasari. "3 Tantangan Diplomasi Kuliner Indonesia". Diakses dari: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180416200426-262-291241/3-tantangan-diplomasi-kuliner-indonesia>

Endro Priherdityo. "Kemenpar Atur Strategi Promosikan Kuliner Indonesia". Diakses dari: <http://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160401212548-262-121107/kemenpar-atur-strategi-promosikan-kuliner-indonesia/>, pada 7 Oktober 2020, Pukul 15.47 WIB.

Fira Abdurachman. "Makanan Indonesia Akan Menjadi Kiblat Kuliner Dunia". Diakses dari:

<http://travel.kompas.com/read/2015/09/29/082100227/William.Wongso.Makanan.Indonesia.Akan.Menjadi.Kiblat.Kuliner.Dunia>, pada 25 September 2020, Pukul 14.25 WIB.

Kadek. “Kuliner Indonesia Gebrak De Bijenkorf Belanda”. Kompas.com. Diakses dari:

<https://ekonomi.kompas.com/read/2013/06/01/08063170/~Travel~News?page=all>

Kbbi.web.id. “Lokakarya”. Diakses dari: <https://kbbi.web.id/lokakarya>, pada 4 November 2020, Pukul 12.27 WIB

Kumparan.com. “Mengapa Kuliner Indonesia Sulit Berkembang di Luar Negeri?”. Diakses dari: <https://kumparan.com/kumparanfood/mengapa-kuliner-indonesia-sulit-berkembang-di-luar-negeri-1551075985032583479/2>

Kirsten Bound. “Culture is central component of international relations”. Diakses dari: dari <https://www.demos.co.uk/files/Culturaldiplomacy-web.pdf>

Latief. “Menpar Arief Kunjungi 3 Restoran "Co-Branding" Wonderful Indonesia”. Kompas.com. Diakses dari: <https://travel.kompas.com/read/2019/03/11/101220127/menpar-arief-kunjungi-3restoran-co-branding-wonderful-indonesia?page=all>, pada 3 Januari 2022, Pukul 10.28 WIB

Laila Ramdhini. “RI-Belanda teken kerja sama ekspor bahan makanan”. Alinea.com. Diakses dari: <https://www.alinea.id/bisnis/ri-belanda-teken-kerja-sama-ekspor-bahan-makanan-b1Xgk9kfa>

Liputan 6. “Indonesia Jadi The Best Destination di Pameran Wisata Internasional Vakantiebeurs 2019”. Diakses dari: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3867263/indonesia-jadi-the-best-destination-di-pameran-wisata-internasional-vakantiebeurs-2019>

I Made Asdhiana. "Paviliun Indonesia Hadir di "Taste of Amsterdam".
Kompas.com. Diakses dari:
<https://tekno.kompas.com/read/2014/05/25/1300213/Paviliun.Indonesia.Hadir.di.Taste.of.Amsterdam.?page=all>

Inas Widyanuratikah. "Ini Restoran Indonesia yang Jadi Favorit Warga Belanda".
Republika.co.id. Diakses dari: <https://republika.co.id/berita/gaya-hidup/kuliner/18/03/09/p5bwpv366-ini-restoran-indonesia-yang-jadi-favorit-warga-belanda> pada 3 Januari 2022, Pukul 11.51 WIB

Irwan Kelana. "Salero Minang, Restoran Padang Satu-Satunya di Eropa".
Republika. Diakses dari:
<https://www.republika.co.id/berita/o2lxxz374/salero-minang-restoran-padang-satusatunya-di-eropa>

Media Indonesia. "Ekspor Rempah ke Belanda Digenjot". Diakses dari:
<https://mediaindonesia.com/ekonomi/249292/ekspor-rempah-ke-belanda-digenjot.html>

Mubashir Mir. "Multi Track Diplomacy Diagram" Diakses dari:
https://www.researchgate.net/figure/Multi-Track-Diplomacy-Adapted-from_fig2_328542864, pada 14 Oktober 2020, Pukul 17.23 WIB.

Muhammad Latief. "Indonesia genjot ekspor rempah-rempah ke Belanda".
AA.com. Diakses dari: <https://www.aa.com.tr/id/dunia/indonesia-genjot-ekspor-rempah-rempah-ke-belanda/1540750>

Netherlands and You. "Erasmus Huis". Diakses dari,
<https://www.netherlandsandyou.nl/yourcountry-and-the-netherlands/indonesia/culture/erasmu-huis>

Quora.com. "What do foreigners think about Indonesian food?". Diakses dari:
<https://www.quora.com/What-do-foreigners-think-about-Indonesian-food>,
pada 16 November 2021, Pukul 13.40 WIB

Rina Anggraenii. “Ekspor Rempah-rempah Asal Indonesia ke Belanda Makin Digenjot”. Sindo News.com. Diakses dari: <https://ekbis.sindonews.com/berita/1423778/34/ekspor-rempah-rempah-asal-indonesia-ke-belanda-makin-digenjot>

Rongastrobar.nl. “Ron Gastrobar”. Diakses dari: <https://rongastrobar.nl/en/>

Sie Yoel Lien. “Indonesian Kitchen at Home in the Netherlands”. Jakarta Globe. Diakses dari: <https://jakartaglobe.id/culture/indonesian-kitchen-home-netherlands/>, pada 14 Desember 2020, Pukul 10.06 WIB

Solo Pos. “kuliner nusantara: Seratus Koki di Belanda Belajar Kuliner Indonesia”. solopos.com. Diakses dari: <https://www.solopos.com/kuliner-nusantara-seratus-koki-di-belanda-belajar-kuliner-indonesia-483252>

Spang Makandra.nl. “Over Spang Makandra”. Diakses dari: <https://spangmakandra.nl/over-ons/>

Syifa Nuri Khairunnisa. Sejarah Kuliner Indonesia Jadi Populer di Belanda, gara-gara Koran?. Kompas. Diakses dari: <https://www.kompas.com/food/read/2020/09/22/212900475/sejarah-kuliner-indonesia-jadi-populer-di-belanda-gara-gara-koran?page=all>

The Asian Parent “10 Indonesian Foods Inspire by Dutch”. Diakses dari: <https://id.theasianparent.com/makanan-indonesia-khas-belanda>

Verelladevanka Adryamarthanino. Mengapa Belanda Tidak Mengakui Kemerdekaan Indonesia?. Kompas. Diakses dari: <https://www.kompas.com/stori/read/2021/08/06/100000779/mengapa-belanda-tidak-mengakui-kemerdekaan-indonesia-?page=all>

Yeffrie Yundiarto Prahadi “Ada 1,8 Juta Diaspora Indonesia di Belanda”. Swa.co.id. Diakses dari: <https://swa.co.id/swa/trends/management/ada-18-juta-diaspora-indonesia-di-belanda-ini-komposisinya>

Yusuf Adji. "Pasar Raya Indonesia 2017 di Belanda Pecahkan Rekor 20 Ribu Pengunjung". Pikiran Rakyat.com. Diakses dari: <https://www.pikiran-rakyat.com/internasional/pr-01286201/pasar-raya-indonesia-2017-di-belanda-pecahkan-rekor-20-ribu-pengunjung-409661?page=2>

