

BAB II

PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan membahas mengenai bagaimana sejarah, perkembangan, dan dinamika hubungan antara Indonesia dengan Bulgaria, selain itu juga menguraikan aturan dan kebijakan yang ditetapkan pemerintah Indonesia dalam melakukan gastrodiplomasi, serta menjelaskan tentang program *Rendang Goes To Europe* yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia di Bulgaria.

2.1 Dinamika hubungan antara Indonesia dengan Bulgaria

Hubungan diplomatik Indonesia dan Bulgaria sudah terjalin sejak tahun 1956. Bulgaria sendiri merupakan salah satu negara yang mendukung dan mengakui kemerdekaan Indonesia sejak proklamasi kemerdekaan pada tahun 1945, peran penting dari sejarah tersebut menciptakan hubungan politik yang baik bagi Indonesia dan Bulgaria. KBRI yang berkedudukan di Sofia dibuka pada tahun 1962, kemudian tahun 2006 merupakan momen penting yang menjadi tonggak dalam hubungan bilateral antar kedua negara, dimana pada tahun tersebut dibentuk Forum Konsultasi Bersama (FKB) dan Sidang Komisi Bersama (SKB). Forum Konsultasi dan Sidang Komisi Bersama telah dilakukan masing-masing sebanyak lima kali sejak terbentuknya, dan yang terakhir pada tahun 2014²⁹.

²⁹ Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, “*Beranda Indonesia-Bulgaria*.” Diakses dari https://kemlu.go.id/sofia/id/pages/indonesia_-_bulgaria/2887/etc-menu (7/6/2024, 20.48 WIB)

Hubungan bilateral dan kerjasama Indonesia dan Bulgaria mencakup sektor perdagangan, investasi, dan pariwisata. Pada tahun 2016 Kedutaan Besar Republik Indonesia di Sofia menghadirkan setidaknya 21 pengusaha Bulgaria dan Makedonia untuk berpartisipasi dalam kegiatan *Trade Expo* Indonesia di Jakarta, kemudian Kedutaan Besar Republik Indonesia di Sofia menjalin kerjasama dengan Kementerian Pariwisata Republik Indonesia dengan mengirimkan sebanyak lima orang *Travel Agent* dari Bulgaria dalam rangka mendukung kegiatan *familiarization Trip 2017*. Dalam bidang sosial budaya, Indonesia dan Bulgaria telah menandatangani nota kesepahaman di bidang pemuda dan olahraga pada saat Menteri Pendidikan dan Olahraga Republik Indonesia berkunjung ke Bulgaria pada September 2014³⁰.

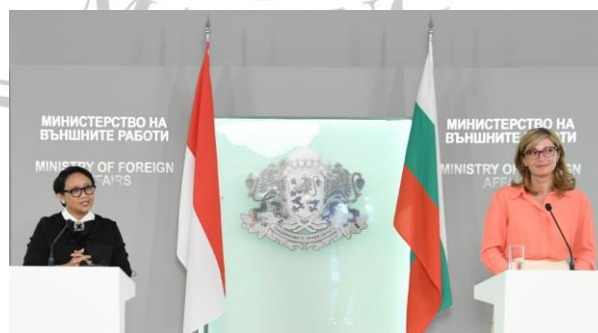
Selain itu, Indonesia juga mengupayakan promosi budaya di Bulgaria dengan mendirikan Klub Batik di Kota Targovishte pada tahun 1993 serta di Kota Burgas pada tahun 1982. Pada tahun 2017, Indonesia menjadi pengagas *Asian Festival* pertama di Bulgaria yang melibatkan negara-negara Asia seperti China, India, Iran, Jepang, Korea Selatan, Palestina, Suriah, Vietnam, Thailand, dan Filipina. Beberapa fokus utama Indonesia dalam hubungan bilateral dengan Bulgaria meliputi kerjasama di bidang perdagangan dan investasi, kerjasama sosial dan budaya (*People to People Contact*). Implementasi MoU kebudayaan, serta pelaksanaan dialog lintas agama dan budaya III antara Indonesia dan Bulgaria juga menjadi bagian penting dalam hubungan ini³¹.

³⁰ *Ibid.*

³¹ *Ibid.*

Hubungan bilateral yang baik antara Indonesia dan Bulgaria dapat dilihat dari beberapa program yang dilaksanakan antar dua negara ini, salah satunya dukungan perluasan pasar Indonesia untuk masuk dalam Uni Eropa, hal ini ditegaskan dalam kunjungan Menteri Luar Negeri Retno Marsudi pada forum bisnis di Sofia, Bulgaria pada tahun 2019 bersama Menteri Luar Negeri Bulgaria, Ekaterina Zaharieva dalam rangka meningkatkan kerjasama bilateral di berbagai bidang, terutama politik dan ekonomi. Selain itu kerjasama budaya juga menjadi fokus utama dalam pertemuan ini, Menteri Luar Negeri Indonesia bersama dengan Menteri Kebudayaan Bulgaria membuka “*Indonesian Permanent Collection*” yang bertempat di *National Gallery* di Bulgaria, didalamnya menampilkan berbagai macam koleksi tekstil, artefak, dan berbagai perhiasan asal Indonesia, selain itu ada batik, patung, kerajinan emas dan perak khas dari berbagai pulau di Indonesia. Di samping memperkuat kerjasama bilateral, kunjungan kerja ini juga membangkitkan semangat dalam meningkatkan hubungan ekonomi dan budaya kedua negara³².

Gambar 2.1 Kunjungan kerja oleh Menteri Luar Negeri Indonesia di Sofia, Bulgaria



³² Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, “*Perluas Pasar ke Eropa Timur dan Perkuat Kerja Sama Bilateral: Menu RI Kunjungi Bulgaria.*” Diakses dari <https://kemlu.go.id/portal/i/read/597/berita/perluas-pasar-ke-eropa-timur-dan-perkuat-kerja-sama-bilateral-menlu-ri-kunjungi-bulgaria> (23/7/2024, 18.20 WIB)

Sumber: kemlu.go.id

Pertemuan rutin oleh wakil negara Indonesia dan Bulgaria semakin memperkuat hubungan bilateral antar keduanya. Pada September 2021, Menteri Perdagangan Indonesia menerima kunjungan dari Duta Besar Bulgaria di Jakarta, Petar Andonov yang disambut di Kantor Kementerian Perdagangan, Jakarta. Kunjungan ini dalam rangka membahas rencana penguatan kerjasama perdagangan antara Indonesia dan Bulgaria sekaligus memperingati 65 tahun hubungan diplomatik yang terjalin antar kedua negara ini. Selain itu, pertemuan antar kedua negara tersebut membahas mengenai Indonesia-Bulgaria *Joint Economic Committee* (JEC) yang rencananya akan dilanjutkan hingga tahun 2022³³.

Gambar 2.2 Kunjungan oleh Duta Besar Bulgaria Jakarta di Kantor Kementerian Perdagangan RI, Indonesia.



Sumber: kemendag.go.id

³³ Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, “Mendag Menerima Kunjungan Duta Besar Bulgaria Jakarta.” Diakses dari <https://www.kemendag.go.id/berita/foto/mendag-menerima-kunjungan-duta-besar-bulgaria-jakarta-1679022069> (30/7/2024, 18.50 WIB)

Upaya memperkuat hubungan bilateral antara Indonesia dan Bulgaria terus dilakukan hingga sekarang, dalam periode tahun 2021 hingga 2024 hubungan antara keduanya menunjukkan perkembangan yang stabil, seperti yang tercantum dalam rencana strategis KBRI di Sofia. Indonesia dan Bulgaria memiliki tiga kesepakatan utama dalam bidang penerangan dan sosial budaya yang menjadi dasar kerja, tiga kesepakatan tersebut ditandai dengan MoU antara Kemendikbud Indonesia dengan Kementerian Kebudayaan Bulgaria pada kerjasama di bidang kebudayaan yang berlaku sejak tahun 2016, kemudian MoU kerjasama dalam bidang pemuda dan olahraga oleh Kementerian Pemuda dan Olahraga di kedua negara bersangkutan yang berlaku sejak tahun 2014, serta MoU di bidang pariwisata oleh Pemerintah Indonesia dan Bulgaria yang berlaku sejak tahun 2016³⁴.

Dalam rencana strategis KBRI Sofia juga disebutkan beberapa arah kebijakan pemerintah Indonesia dalam penguatan diplomasi sosial budaya di Bulgaria dengan melakukan beberapa strategi, yaitu memperkuat strategi diplomasi publik Indonesia melalui kerjasama di berbagai bidang yakni, sosial, kebudayaan, promosi kuliner, disamping itu juga promosi nilai-nilai Indonesia terutama kearifan lokal Bhinneka Tunggal Ika dan Pancasila, pemberian beasiswa hingga dialog lintas agama, *people to people contact*, serta jejaring diaspora Indonesia. Promosi kuliner dalam hal ini sangat berkaitan dengan upaya gastrodiplomasi yang dilakukan

³⁴ Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, “Rencana Strategis KBRI Sofia 2020-2024.” Diakses dari <https://www.kemlu.go.id/download/L1NpdGVbc3NldHMvTGJzdHMvRXXRjJTIwTWVudS9BbGxJdGVtcy9SRU5TVFJBjTIwS0JSSSUyMFNvZmlhJTlwMjAyMCUyMC0lMjAyMDI0LnBkZg==> (30/7/2024, 22.15 WIB)

pemerintah Indonesia melalui program *Rendang Goes To Europe*, selain beberapa strategi yang disebutkan, KBRI Sofia juga mendukung kerjasama dengan kementerian atau lembaga lainnya dalam rangka menyusun *grand design* terpadu dan *business plan gastrodiplomacy* Indonesia, serta mendukung kerjasama dengan kementerian atau lembaga lain dalam hal mendorong fasilitasi bantuan pemerintah mendukung bisnis kuliner di luar negeri, serta mendorong tumbuhnya pengusaha gastronomi pemula, strategi-strategi ini merupakan salah satu upaya pemerintah Indonesia dalam melakukan gastrodiplomasi di Bulgaria, KBRI Sofia mengupayakan pemaksimalan citra positif Indonesia yang meningkat di negara akreditasi KBRI Sofia³⁵.

KBRI Sofia turut mendukung kebijakan untuk memperkuat citra positif Indonesia di kancah internasional. Strategi yang diterapkan mencakup beberapa langkah, yaitu menyusun *grand design soft diplomacy* di Indonesia, memperluas partisipasi aktor non-pemerintah dalam diplomasi publik yang inklusif, serta memperkuat peran Kementerian Luar Negeri dan perwakilan RI dalam mempromosikan enam dimensi citra Indonesia, yaitu tata kelola pemerintahan, investasi dan imigrasi, ekspor, pariwisata, budaya, dan masyarakat. Selain itu, memanfaatkan *soft diplomacy* untuk memperkuat posisi dan peran Indonesia di ranah regional dan global guna mendukung diplomasi ekonomi serta mencapai kepentingan strategis Indonesia, memperkuat citra Indonesia sebagai *southern provider* melalui kerjasama pembangunan internasional, dan menggunakan

³⁵ *Ibid.*

jaringan media konvensional maupun digital sebagai sarana untuk mempromosikan citra Indonesia di luar negeri³⁶.

Beberapa diplomasi yang pernah dilakukan oleh Indonesia dengan Bulgaria yaitu *Asian Festival* pada tahun 2017 di Bulgaria dengan mengusung tema “Keajaiban dari Timur”, Indonesia sukses melaksanakan Asian festival untuk ketiga kalinya di Sofia, Bulgaria. Festival ini menampilkan berbagai unsur budaya seperti tari, musik, dan kuliner, yang berfungsi sebagai diplomasi budaya untuk meningkatkan pemahaman dan apresiasi masyarakat Bulgaria terhadap budaya Indonesia³⁷. Kemudian program *Indonesia Spices Up The World* pada tahun 2020, Indonesia meluncurkan program tersebut yang memiliki tujuan utama untuk meningkatkan ekspor rempah-rempah dan makanan olahan Indonesia ke berbagai negara, termasuk Bulgaria. Program *Indonesia Spices Up The World* sekaligus mempromosikan dan memperkenalkan cita rasa Indonesia sekaligus meningkatkan citra positif Indonesia di luar negeri. Selain itu, program *Rendang Goes To Europe* yang diluncurkan pada tahun 2022 yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini merupakan praktik gastrodiplomasi yang dijalankan Indonesia di Bulgaria, dengan memperkenalkan rendang sebagai budaya kuliner Indonesia untuk meningkatkan citra positif Indonesia dan memperkuat hubungan budaya antara Indonesia dan Bulgaria. Pada tahun 2023, KBRI Sofia menggelar acara seni dan budaya Indonesia yang bertajuk “*Harmonature: Harmonizing the Nature of Nusantara*”. Acara tersebut merupakan wujud program pemerintah Indonesia dalam memperkenalkan

³⁶ *Ibid.*

³⁷ Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, “*Bangga, Indonesia sukses menginisiasi Asian Festival di Sofia Bulgaria*”, diakses dari /9/2024, 22.00 WIB)

Ibu Kota Negara Nusantara baru di Indonesia sekaligus mempromosikan perpaduan budaya tradisional dan modern serta ekonomi kreatif pada masyarakat lokal di Bulgaria. KBRI Sofia memberikan gambaran kegiatan yang akan dilakukan dalam acara tersebut, yaitu menampilkan tarian, lagu, pagelaran busana, hingga pertunjukan wayang yang akan diiringi musik dan dibawakan secara langsung oleh *Ethnocestra* yang dipimpin oleh Erwin Gutawa³⁸.

Tabel 2.1 Diplomasi Indonesia di Bulgaria

No.	Diplomasi Indonesia di Bulgaria	Kegiatan yang dilakukan	Tahun
1.	<i>Asian Festival</i>	Memperkenalkan kekayaan budaya, seni, dan kuliner dari berbagai negara Asia kepada masyarakat Bulgaria melalui pertunjukan seni dan budaya, pameran produk kerajinan, bazar kuliner, dan seni bela diri.	2017

³⁸ ANTARANEWS, *KBRI Sofia selenggarakan acara seni budaya Indonesia "Harmonature"*, diakses dari <https://www.antaraneWS.com/berita/3579909/kbri-sofia-selenggarakan-acara-seni-budaya-indonesia-harmonature> pada (30 /9/2024, 22.25 WIB)

2.	<i>Indonesia Spices Up The World</i>	Program <i>Indonesia Spices Up The World</i> bertujuan untuk memperluas pengenalan kuliner Indonesia di pasar global dan meningkatkan ekspor produk rempah-rempah serta makanan olahan khas Indonesia.	2020
3.	<i>Rendang Goes To Europe</i>	Program <i>Rendang Goes To Europe</i> bertujuan memperkenalkan kuliner khas Indonesia yaitu rendang sebagai bagian dari gastrodiplomasi Indonesia di Bulgaria untuk meningkatkan citra positif Indonesia di Bulgaria sekaligus meningkatkan hubungan diplomatik antar kedua negara.	2022
4.	<i>Harmonature</i>	Program pemerintah Indonesia dalam upaya memperkenalkan Ibu Kota Negara Nusantara baru yang ada di Indonesia sekaligus mempromosikan perpaduan budaya tradisional dan modern serta ekonomi kreatif pada publik Bulgaria. <i>Harmonature</i>	2023

		menampilkan beberapa kesenian khas Indonesia seperti tarian, lagu, pagelaran busana, hingga pertunjukkan wayang.	
--	--	--	--

2.2 Kebijakan gastrodiplomasi di Indonesia

Langkah awal Indonesia dalam memanfaatkan konsep gastrodiplomasi dilakukan melalui penyelenggaraan festival budaya oleh Kementerian Luar Negeri. Pada tahun 2008, KBRI Amerika Serikat meluncurkan proyek *Restaurant Task Force* dengan tujuan memperkenalkan restoran Indonesia, namun proyek ini menghadapi beberapa kendala karena kolaborasi antar *stakeholders* yang belum optimal sehingga hasilnya kurang maksimal. Selanjutnya, pada tahun 2010, KBRI Hanoi mengadakan *World Food Festival* yang menampilkan hidangan rendang dan sate. Selain itu, setiap tahun KBRI Den Haag menggelar Festival *Tong Tong*, salah satu festival tertua di Belanda, yang berfokus pada promosi budaya Indonesia. Promosi budaya Indonesia di luar negeri terus mengalami perkembangan, di mana pada tahun 2012 Kementerian Pariwisata meluncurkan program 30 IKTI (Ikatan Kuliner Tradisional Indonesia), yang menetapkan 30 ikon kuliner tradisional Indonesia untuk dilestarikan bagi generasi mendatang. Pada tahun 2018, Kementerian Pariwisata juga meluncurkan *national branding* melalui *Wonderful Indonesia* dalam program *Co-Branding Diaspora Restaurant*³⁹.

³⁹ Diahtantri, P. I., Fathun, L. M., & Ma'arif, D. (2021). *Strategi Gastrodiplomasi Indonesia Melalui Program Co-Branding Diaspora di Australia Tahun 2018-2020. Journal of International*

Gastrodiplomasi menjadi alat yang populer dalam diplomasi publik, menggunakan makanan dalam mempromosikan kebudayaan serta keragaman unik lainnya dari suatu negara. Penggunaan makanan sebagai bagian dari praktik diplomasi sudah berlangsung sejak lama. Pada era 2000-an, beberapa negara mulai aktif melakukan gastrodiplomasi. Salah satu inisiatif awal berasal dari Pemerintah Thailand pada tahun 2002, yang bertujuan untuk memperkenalkan lebih banyak orang di seluruh dunia pada keunikan makanan khas Thailand. Indonesia, sebagai negara yang kaya akan budaya dan kuliner, memiliki potensi besar, namun Presiden Jokowi menegaskan bahwa kekuatan merek Indonesia masih belum sekuat negara-negara tetangga. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan yang berfokus pada pembentukan *nation branding* yang kuat untuk memaksimalkan potensi budaya dan kuliner yang dimiliki Indonesia⁴⁰.

Dalam meningkatkan *branding* melalui gastrodiplomasi, ada beberapa langkah yang seharusnya dapat dilakukan oleh pemerintah Indonesia dengan bekerjasama dengan *stakeholder* terkait. Langkah pertama adalah melalui acara diplomatik, di mana makanan menjadi elemen penting dalam pertemuan kepala negara, baik dalam konteks bilateral maupun multilateral. Salah satu contoh yang baik adalah saat Menteri Luar Negeri Retno Marsudi menjamu Menteri Luar Negeri Rusia dengan rendang, yang dinobatkan sebagai salah satu makanan terenak di dunia oleh CNN. Langkah kedua adalah melalui sektor pariwisata, dengan

Relations, 1(1), 52-63. Hal. 5 <https://unimuda.e-journal.id/jurnalhubunganinternasional/article/download/1514/800/>

⁴⁰ Sekretariat Kabinet Republik Indonesia, “Meningkatkan Branding Negara Melalui ‘Gastro Diplomacy.’” Diakses dari <https://setkab.go.id/meningkatkan-branding-negara-melalui-gastro-diplomacy/> (2/8/2024, 15.20 WIB)

menyelenggarakan acara atau festival kuliner untuk menarik wisatawan asing. Contohnya adalah *Madrid Fusion and Gastro Festival* di Madrid, *World Expo Milano*, dan *Los Angeles Food and Wine*. Di Indonesia sendiri, *Jakarta Food Traveler* mengadakan tur kuliner di sekitar Jakarta untuk mencicipi makanan khas lokal. Langkah terakhir adalah pengembangan UMKM informal, dengan membangun citra produk industri makanan rumahan secara konsisten di dalam dan luar negeri, karena UMKM juga menjadi bagian penting dari wajah gastronomi Indonesia. Negara-negara seperti Thailand, Vietnam, dan Malaysia telah mendorong makanan jalanan mereka ke kancah internasional melalui tayangan di saluran televisi berbayar⁴¹.

Gambar 2.3 Program *Co-Branding Diaspora Restaurant* oleh Kementerian Pariwisata tahun 2018.



Sumber: cnnindonesia.com

Dalam upaya mempromosikan kuliner ke dunia internasional, pemerintah Indonesia juga menciptakan beberapa program bertemakan gastrodiplomasi yang

⁴¹ *Ibid.*

bekerjasama dengan beberapa aktor terlibat, seperti Kementerian Luar Negeri, KJRI, KBRI, dan Kementerian Pariwisata serta Asosiasi diaspora. Beberapa program yang disebutkan yaitu, *IndoTaste* di London pada tahun 2016 oleh *Indonesian Diaspora Limited* yang berkolaborasi dengan KBRI di London, kegiatan ini berupaya memperkenalkan kuliner khas Indonesia dengan memasak lebih dari 20 varian makanan khas Indonesia, salah satunya rendang. Program lainnya yaitu *Indonesian Coffee & Noodles Festival* pada tahun 2017 yang diselenggarakan oleh *Indonesian Trade Promotion Center (ITPC)* di Afrika Selatan, dalam kegiatan ini Indonesia sukses memperkenalkan secara langsung produk mie instan dan kopi yang diproduksi di Indonesia kepada pelaku bisnis dan masyarakat lokal di Afrika Selatan. Kedua program ini terutama *IndoTaste* berhasil menarik perhatian masyarakat asing dilihat dari antusiasme kehadiran pengunjung yang tidak hanya berisi warga Indonesia yang tinggal di London tetapi juga masyarakat lokal di sana dan juga komunitas-komunitas lainnya⁴².

Gambar 2.4 Program *IndoTaste* di London oleh *Indonesian Diaspora Limited* dan KBRI London

⁴² A Andiani, A. Y. (2021). *Kebijakan Diplomasi Kuliner yang Dijalankan oleh Kementerian Pariwisata pada Tahun 2018 sebagai Strategi Gastrodiplomasi Indonesia* (Doctoral dissertation). Hal. 23-26
https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/22982/1/T1_372016068_BAB%20IV.pdf



Sumber: antaranews.com

Gambar 2.5 Program *Indonesian Coffee & Noodles Festival* oleh *Indonesian Trade Promotion Center (ITPC)* di Afrika Selatan



Sumber: suaraindonesia.com

Selain menjalankan beberapa program yang mengusung tema gastrodiplomasi Indonesia di berbagai negara dan berhasil meningkatkan citra positif Indonesia secara global, KBRI Sofia berhasil menciptakan program *Rendang Goes To Europe* di Bulgaria dengan tujuan utama yaitu memperkenalkan rendang sebagai salah satu ikon kuliner Indonesia, melalui berbagai kegiatan KBRI

Sofia berhasil menciptakan ketertarikan yang luas terhadap rendang. Dalam program tersebut, KBRI Sofia berkolaborasi bersama Kemenparekraf terkait menyusun strategi diplomasi Indonesia di Bulgaria, Sandiaga Uno selaku Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengungkapkan harapannya dengan adanya peluncuran program Rendang Goes To Europe maka akan berdampak pada kebangkitan ekonomi kreatif di Indonesia. Selain itu, Iwan Bogananta selaku Duta Besar RI untuk Bulgaria melalui rilis pers mengatakan bahwa program *Rendang Goes To Europe* ini membawa misi promosi kuliner Indonesia, ini merupakan bagian dari upaya yang dilakukan oleh KBRI Sofia dalam mendukung promosi Indonesia ke Eropa terutama Bulgaria⁴³. Kemenparekraf menjelaskan dalam artikel mereka bahwa program *Rendang Goes To Europe*, yang merupakan bagian dari program *Spice Up the World*, bertujuan untuk memperkenalkan makanan tradisional Indonesia ke pasar internasional. Untuk meningkatkan citra rendang di pasar global, Kemenparekraf bekerjasama dengan KBRI Sofia dan berbagai pihak lainnya, menggunakan logo *Wonderful Indonesia* pada kemasan rendang⁴⁴.

KBRI Sofia dalam meningkatkan citra positif Indonesia di Eropa terutama di Bulgaria termasuk dalam arah kebijakan KBRI Sofia yang tercantum dalam Rencana Strategis KBRI Sofia tahun 2020-2024 nomor keempat dan ketujuh yang disebutkan secara urut yaitu peningkatan citra positif Indonesia di dunia

⁴³ ANTARANEWS, KBRI: '*Rendang Goes to Europe*' bagian misi promosi di Bulgaria diakses dari <https://www.antaraneews.com/berita/3780690/kbri-rendang-goes-to-europe-bagian-misi-promosi-di-bulgaria> pada (3/10/2024)

⁴⁴ Kemenparekraf, "*Kemenparekraf Kenalkan Kuliner Khas Indonesia pada Para Pemuda Australia Peserta AIYEP*" diakses dari <https://wonderfulimages.kemenparekraf.go.id/read/1134/kemenparekraf-kenalkan-kuliner-khas-indonesia-pada-para-pemuda-australia-peserta-aiyep> pada (3/10/2024)v 3erwfd

internasional dan penguatan diplomasi sosial budaya. Kebijakan ini mencakup promosi kekayaan budaya Indonesia melalui kegiatan pertunjukan tari, festival seni, serta program *Rendang Goes To Europe* sebagai upaya gastrodiplomasi Indonesia dan membangun pemahaman yang lebih baik tentang Indonesia di kalangan masyarakat Bulgaria⁴⁵.

2.3 Program *Rendang Goes To Europe* di Bulgaria

Rendang Goes To Europe yang merupakan program turunan dari *Indonesia Spices Up The World* yang diprakarsai oleh Duta Besar Republik Indonesia untuk Bulgaria, Makedonia Utara, dan Albania, bekerja sama dengan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia. Program ini bertujuan untuk memperkuat citra rendang di pasar internasional dengan memanfaatkan logo *Wonderful Indonesia* pada kemasannya. *Rendang Goes To Europe* merupakan bagian dari *ISUTW*, yang diluncurkan oleh Presiden Joko Widodo pada tahun 2021 sebagai inisiatif nasional untuk meningkatkan kontribusi sektor pariwisata dan perdagangan melalui industri gastronomi. Dalam hal ini Pemerintah Indonesia bekerjasama dengan salah satu perusahaan pangan terbesar di Bulgaria, Bella Group untuk menjadi mitra kerja dalam pengembangan pasar rendang hingga ke Eropa⁴⁶.

Program *Rendang Goes To Europe* diresmikan pada 25 Maret 2022 oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia di Bali. Program ini tidak terlepas dari adanya citra baik dari rendang yang dinobatkan sebagai makanan

⁴⁵Kementerian *Op.Cit.*

⁴⁶ DETIKNEWS, "*Rendang Goes to Europe: Upaya Bangkitkan Ekonomi Baru dan Lapangan Kerja.*" Diakses dari <https://travel.detik.com/travel-news/d-6001399/rendang-goes-to-europe-upaya-bangkitkan-ekonomi-baru-dan-lapangan-kerja> (4/8/2024, 16.15 WIB)

paling enak di dunia versi CNN Internasional, sehingga pemerintah optimis dalam mempromosikan kuliner asal Sumatera Barat tersebut. Dalam mewujudkan program ini, pemerintah Indonesia bekerjasama dengan Bella Ltd. dan akan membangun pabrik untuk produksi rendang di Bulgaria yang hasilnya kemudian akan dipasarkan di beberapa negara Eropa termasuk Timur Tengah. Proses produksi rendang akan dilakukan sepenuhnya di Bulgaria tetapi bahan bakunya akan didatangkan dari Indonesia. Dalam hal ini pihak Bella Ltd. akan menggandeng pakar kuliner dari Indonesia yaitu William Wongso untuk membantu dalam perancangan teknis dan kontrol kualitas produksi rendang. Pemerintah juga menyatakan dalam program ini akan mengajak pihak-pihak lain yang bergerak dalam produksi bumbu rendang untuk turut terlibat dalam mewujudkan kesuksesan program *Rendang Goes To Europe*⁴⁷.

Gambar 2.6 Peluncuran Resmi Program *Rendang Goes To Europe* di Bali oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia.



⁴⁷ DETIKNEWS, “Keren! ‘Rendang Goes to Europe’ Hadirkan Pabrik Rendang di Bulgaria.” Diakses dari <https://food.detik.com/info-kuliner/d-6001689/keren-rendang-goes-to-europe-hadirkan-pabrik-rendang-di-bulgaria> (4/8/2024, 16.40 WIB)

Sumber: detik.com/Instagram @sandiuno

Gambar 2.7 Peluncuran program *Rendang Goes To Europe* oleh Duta Besar Indonesia untuk Bulgaria bersama Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia.



Sumber: liputan6.com

Pada tahun 2023, stan *Rendang Goes To Europe* dipamerkan di *Trade Expo Indonesia* sebagai hasil kolaborasi antara KBRI Sofia, Bella Group, dan PT. Garuda Mitra Unggul dalam mempromosikan produk rendang yang dikemas dengan logo *Wonderful Indonesia*, sekaligus mendukung kesuksesan program *Rendang Goes To Europe* di Bulgaria. Kerja sama antara Bella Group dan PT. Garuda Mitra Unggul ditandai dengan penandatanganan nota kesepahaman senilai 34 juta USD atau sekitar 534 juta rupiah untuk pengadaan bahan baku rendang, serta kesepakatan *joint venture* senilai 38 juta USD atau sekitar 597 juta rupiah⁴⁸.

⁴⁸ Liputan News, “*Stand Rendang Goes to Europe di Trade Expo Indonesia 2023 Diapresiasi Menko Airlangga Hartarto.*” Diakses dari <https://www.liputan6.com/global/read/5427941/stand-rendang-goes-to-europe-di-trade-expo-indonesia-2023-diapresiasi-menko-airlangga-hartarto?page=4> (4/8/2024, 19.20 WIB)

Dalam kegiatan *Trade Expo Indonesia*, Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Indonesia memberikan apresiasi atas kerjasama yang dilakukan antara Bella Ltd. dan PT. Garuda Mitra Unggul, kerjasama ini dinilai memiliki potensi yang bagus dalam mendorong peningkatan perdagangan dan ekspor nasional Indonesia. Duta Besar Indonesia untuk Bulgaria, Iwan Bogananta mengatakan pada tahun 2023 produksi rendang akan dilakukan secara masif di pabrik rendang yang ada di Bulgaria dan siap didistribusikan ke pasar Eropa dan Balkan pada Januari 2024, diharapkan dari adanya program ini mampu memperkuat citra Indonesia di pasar internasional serta dapat membuka peluang baru yang luas dalam dunia perdagangan global⁴⁹.

Gambar 2.8 Kunjungan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian di stand *Rendang Goes To Europe* di *Trade Expo Indonesia*



Sumber: liputan6.com

Realisasi awal dari program *Rendang Goes To Europe* ini akan mengirimkan bumbu rendang sebesar 40 ton perbulan dari Indonesia dengan total

⁴⁹ *Ibid.*

jumlah investasi pengiriman bumbu diperkirakan akan sebesar USD 34 juta dengan kurun waktu kerjasama selama empat tahun. Kemudian rendang akan diproduksi di pabrik rendang Bella Group dan didistribusikan ke seluruh Bulgaria, yang menjadi nilai tambahan dari produk rendang ini adalah kemasan rendang yang akan diberikan sertifikasi halal dan logo *Wonderful Indonesia*, hal ini tentu sebagai bagian dari misi promosi kuliner Indonesia ke Eropa, pemberian logo *Wonderful Indonesia* telah mendapatkan izin serta dukungan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Disamping itu, kemasan rendang juga akan dilengkapi dengan kode QR yang memberikan penjelasan lengkap mengenai asal usul makanan khas Sumatera Barat tersebut, penjelasan yang dicantumkan termasuk informasi kota, budaya lokal hingga informasi pariwisata yang menarik untuk dikunjungi, hal ini dilakukan untuk memudahkan konsumen dalam mengakses informasi dan menambah pengetahuan akan kuliner lokal sehingga membantu meningkatkan citra yang baik akan kuliner Rendang di Bulgaria⁵⁰.

Gambar 2.9 Produksi rendang di pabrik Bella Group, Bulgaria.



⁵⁰ Metro News, “Transaksi Dagang dan Investasi Bulgaria di IEBF Lewati Rp1 Triliun.” Diakses dari <https://www.metrotvnews.com/read/bVDCgLjA-transaksi-dagang-dan-investasi-bulgaria-di-iebf-lewati-rp1-triliun> (16/8/2024, 16.20 WIB)

Sumber: liputan6.com

Gambar 2.10 Kesepakatan penggunaan logo *Wonderful Indonesia* pada kemasan rendang produksi Bella Group Bulgaria



Sumber: Instagram @iwan.bogananta

Pada acara *Indonesia-Europe Business Forum (IEBF)* yang diselenggarakan oleh Kementerian Luar Negeri pada Oktober 2023 di Jakarta, Duta Besar Indonesia untuk Bulgaria berhasil memperoleh komitmen transaksi perdagangan dan investasi dari Bulgaria senilai USD 72 juta. Ini merupakan MoU antara PT. Garuda Mitra Unggul dan Bella Group Bulgaria, yang mencakup kesepakatan pengadaan bahan baku rendang senilai USD 34 juta dan kerja sama *joint venture* untuk mendirikan pabrik pengolahan rendang di Bulgaria senilai USD 38 juta, yang direncanakan berlangsung selama 4 tahun. Perjanjian ini menjadi bagian dari upaya mendukung kesuksesan program *Rendang Goes To Europe*, yang merupakan program turunan dari inisiatif Presiden RI, *Indonesia Spice Up The World*. Dalam forum ini, Bella Group juga menandatangani kesepakatan investasi dengan PT.

Garuda Mitra Unggul untuk mendirikan pabrik pengolahan daging rendang di Indonesia guna memenuhi permintaan pasar domestik dan internasional⁵¹.

Gambar 2.11 Penandatanganan MoU kerjasama perdagangan dan investasi oleh PT. GMU dan Bella Group di Jakarta.



Sumber: Instagram @iwan.bogananta

Perkembangan program *Rendang Goes To Europe* ditandai dengan adanya kunjungan delegasi Komisi I DPR RI untuk melihat secara langsung pabrik rendang Bella Group dan fasilitas logistik di Provinsi Plovdiv, Bulgaria. Pada kunjungan tersebut, ketua delegasi Komisi I DPR RI menyampaikan apresiasinya terhadap KBRI Sofia atas kerja dinamisnya dalam upaya meningkatkan citra positif Indonesia serta mengembangkan produk ekspor nasional ke dalam skala Internasional, terutama dalam keberhasilan pembangunan pabrik rendang di Bulgaria. Kunjungan langsung oleh delegasi Komisi I DPR RI untuk melihat

⁵¹ Iwan Bogananta, "Penandatanganan MOU Perdagangan dan Investasi." Diakses dari <https://www.instagram.com/p/CyhhyJXyu6q/?igsh=MXhyYnVvMWl2ajMxNQ==> (17/8/2024, 14.20 WIB)

kesiapan infrastruktur yang memadai, yang merupakan aspek penting dalam hal ini adalah Bulgaria yang merupakan bagian dari Uni Eropa, sehingga segala regulasi terkait perdagangan akan mengacu pada aturan yang ditetapkan Eropa baik sisi tarif, kontrol kualitas, dan standarisasi, dalam hal ini parlemen memberikan dukungan penuh untuk mengembangkan kuliner khas Indonesia yakni rendang dan makanan Indonesia lainnya agar mampu masuk ke pasar dunia dan Eropa melalui Bulgaria⁵².



⁵² ANTARANEWS, “*Dubes Iwan dampingi Komisi I DPR RI kunjungi pabrik rendang Bulgaria.*” Diakses dari <https://www.antaraneWS.com/berita/4093593/dubes-iwan-dampingi-komisi-i-dpr-ri-kunjungi-pabrik-rendang-bulgaria> (28/8/2024, 15.10 WIB)