

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia terkenal akan kesuburan tanahnya menghasilkan kekayaan alam yang melimpah, salah satunya adalah rempah. Hasil pangan yang kemudian membangun citra bangsa dengan kuliner yang luar biasa. Eksistensi rempah dan permintaan yang tinggi menjadikan rempah sebagai salah satu alat transaksi menggunakan metode barter. Rempah juga menarik para pedagang asing untuk mendatangi Nusantara, berbagai kapal bangsa asing berlayar demi mendapatkan rempah yang tidak ada di negaranya. Para pencari rempah di zaman Christopher Columbus menilai rempah sebagai hal yang berharga karena sangat langka dan tingkat kesulitan untuk mendapatkannya yang tinggi (Turner, 2019). Perdagangan rempah dan adanya komoditas rempah ini kemudian menciptakan jalur rempah. Jalur rempah menjadi jalur perdagangan antar bangsa dan kemudian menjadi jalur budaya, dimana terjadinya pertukaran bahasa, ilmu pengetahuan, bahkan penyebaran agama. Dalam situs jalur rempah milik Kemdikbudristek bahkan dijelaskan bahwa rempah turut membawa nilai dan mempengaruhi gaya hidup dalam peradaban global. Selain itu, dapat dilihat bahwa berkembangnya pengetahuan dan kebudayaan turut dipengaruhi oleh eksistensi jalur rempah.

Sebelum jalur rempah terbentuk, ada beberapa jalur perdagangan lain seperti jalur kayu manis yang terbentuk dari pelayaran oleh pelaut Indonesia yang membawa kayu manis ke Madagaskar dan pesisir Afrika Timur pada abad pertama A.D. Setelah mengosongkan muatan di Madagaskar, pelayaran dilanjutkan menuju Rhapta. Setelah dari Rhapta kemudian dilanjutkan menuju daerah Pantai Somalia yang diyakini sebagai tanah dupa dan kayu manis tumbuh disana. Perdagangan kayu manis itu ditukar dengan koin dan kaca Romawi, tembikar Nubia, dan kepingan keramik Tiongkok. Selain rute perdagangan kayu manis ke Afrika, Indonesia juga melakukan perdagangan dengan India dan China, memperdagangkan sutra yang kemudian dikenal sebagai jalur sutra. Jalur sutra bukan hanya satu jalur perdagangan dari Timur ke Barat melainkan beberapa jalur yang dilalui caravan melalui satu pusat perdagangan dan yang lainnya (Brierly, 1994).

Kehadiran jalur rempah menjadi bukti akan peran besar Indonesia dalam perdagangan global. Hal itu juga dipengaruhi akan banyaknya fungsi dari rempah itu sendiri yang dapat memenuhi berbagai kebutuhan seperti digunakan sebagai bumbu, obat-obatan, bahan kosmetik, hingga pengawet. Tercatat ada lebih dari 30.000 jenis rempah yang dapat ditemukan di Indonesia. Keberagaman tersebut menjadikannya salah satu faktor akan kedatangan bangsa-bangsa lain ke Indonesia. Portugis datang di Maluku pertama kali pada tahun 1511 dibawah kepemimpinan Antonio de Abreu dan mengangkut muatan pala dan bunga pala untuk mengisi dua kapal. Ekspedisi kemudian dilanjutkan ditahun berikutnya oleh Francisco Serrao ke daerah Banda untuk mencari lebih banyak rempah. Serrao kemudian berhasil

bekerja sama dengan sultan Ternate dan mendukung Ternate dalam konflik dengan Tidore. Atas bantuan tersebut, Serrao membangun benteng kecil dan secara rutin mengirim cengkeh ke Portugis.

Lokasi Indonesia yang berada di titik strategis antara Samudera Hindia dan Laut Cina Selatan sangat menguntungkan dalam melakukan perdagangan yang kemudian menjadikan jaringan ini sebagai salah satu jaringan terbesar dalam perdagangan dunia pada abad ke 16. Selama abad-abad awal tahun 1600-an, Belanda dibawah naungan Perusahaan Hindia Timur Belanda atau yang lebih VOC mengambil jaringan komoditas rempah yang ada dibawah kekuasaan Portugis menjadi milik mereka. Belanda memberlakukan peraturan yang ketat untuk menutup celah apapun bagi Masyarakat dapat melakukan pemberontakan. Berangkat dari tujuan perdagangan, kemudian beralih menjadi eksploitasi dan kerja paksa hingga kemudian Indonesia Merdeka.

Perang dagang Tiongkok dan Amerika Serikat turut memengaruhi neraca perdagangan Indonesia dalam bidang non migas. Indonesia yang sebelumnya dikenal sebagai raja rempah-rempah atau sering disebut sebagai *land of spices* ternyata posisinya berada dibawah India berdasarkan data dari *Food and Agricultural Organization* (FAO) pada tahun 2020. India memproduksi 1.49 juta ton rempah-rempah sehingga menjadikannya eksportir rempah terbesar dunia, dibandingkan dengan Indonesia yang hanya memproduksi sebanyak 191.4 ribu ton yang bahkan menurun dari tahun sebelumnya di 2019 sebesar 218 ribu ton (Katadata, 2022).

Atas persaingan global dan kemunduran perdagangan rempah Indonesia, Pemerintah Indonesia bekerja sama dan menyusun sebuah program untuk dapat memperkenalkan rempah Indonesia ke dunia internasional. Indonesia *Spice Up The World* (ISUTW) merupakan program Pemerintah Indonesia yang melibatkan berbagai pihak tidak hanya pemerintah pusat namun turut melibatkan pemerintah daerah, pengusaha, akademisi, komunitas, hingga media untuk bekerja sama dalam meningkatkan penjualan produk atau olahan rempah Indonesia. ISUTW juga menjadi bagian dari diplomasi publik yang dilakukan Indonesia khususnya gastrodiplomasi restoran untuk dapat mengembangkan berbagai restoran Indonesia di luar negeri.

Kementerian perdagangan mempublikasikan olahan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) terkait ekspor Indonesia bidang non migas dan pada tahun 2019 ekspor kopi, teh, dan rempah-rempah mencapai USD 1,618.9 juta dan secara positif dapat dilihat grafik pertumbuhannya (Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Perdagangan, 2019). Berdasarkan Analisa data, diperkirakan bahwa ditahun 2050, permintaan rempah-rempah dunia akan meningkat hingga 12 kali lipat. Dengan meningkatnya permintaan rempah-rempah maka defisit akan semakin besar, dan Indonesia mempunyai peluang untuk memanfaatkan komoditas rempah-rempahnya untuk diperdagangkan di pasar dunia. Di pasar global, varian rempah-rempah seperti lada, cengkeh, pala, vanila dan jahe memiliki keunggulan seperti yang terlihat dalam neraca perdagangan. Oleh karena itu, komoditas rempah-rempah mempunyai peranan dalam perekonomian negara yang dapat menyumbang devisa negara. Seperti halnya peningkatan ekspor

rempah-rempah secara konsisten dan berpengaruh terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) (Darmayadi, 2023).

Dikutip dari situs Kemenparekraf, program ini menargetkan dapat menambah 4.000 restoran Indonesia di luar negeri dan meningkatkan ekspor bumbu dan rempah dengan penjualan mencapai USD 2 miliar pada tahun 2024. Program ini juga memfokuskan promosi pada bumbu rendang, nasi goreng, sate, soto dan gado-gado dengan bumbu pendukung yaitu kecap manis dan kacang tanah. Selain itu rempah yang dijadikan prioritas antara lain yaitu lada, pala, cengkeh, jahe, kayu manis, dan vanila. Untuk dapat memaksimalkan program dan upaya dalam memperkenalkan dan mempromosikan rempah Indonesia, program ini dibagi kedalam empat pilar vertikal. Pilar pertama akan berfokus pada rempah, produk bumbu dan pangan olahan, dari produksi, ahli, kemasan, pameran bumbu, hingga pendampingan pembiayaan. Pilar kedua akan membedah restoran Indonesia di luar negeri untuk dirancang kembali serta promosi restoran. Pilar kedua ini juga akan mendatangkan *chef* dan memastikan stok bahan baku serta kolaborasi. Pilar ketiga adalah promosi kuliner yang dilakukan melalui festival, konten digital, kolaborasi dengan berbagai media, pameran, hingga konferensi forum. Pilar terakhir berfokus dalam mengembangkan Indonesia menjadi destinasi kuliner dengan mendorong perjalanan tematik dengan destinasi gastronomi, serta konten destinasi kuliner.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dimulai dengan rasa penasaran akan program pemerintah untuk mempromosikan rempah, mengulik upaya pemerintah dalam memperkenalkan kekayaan bangsa di mata dunia melalui program ISUTW. Penelitian ini juga akan berfokus pada upaya pemerintah dalam

menjalankan program ISUTW, baik promosi yang dilakukan di dalam ataupun di luar negeri, hingga kerja sama yang terbentuk melalui pelaksanaan program ini.

1.2 Rumusan Masalah

Peneliti mengangkat rumusan masalah dengan pertanyaan penelitian “Bagaimana upaya pemerintah Indonesia dalam mempromosikan dan meningkatkan ekspor rempah melalui program Indonesia *Spice Up The World* di dunia internasional?” untuk menjadi landasan penelitian.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk membahas upaya-upaya yang dilakukan pemerintah Indonesia bekerja sama antar lembaga atau kementerian dengan pihak-pihak lain seperti akademisi, media, dan diaspora dalam mempromosikan rempah melalui program Indonesia *Spice Up The World*.

1.4 Manfaat Penelitian

Sub-bab ini berisi manfaat yang dapat diperoleh ketika membaca penelitian ini. Adapun manfaat yang dimaksud terbagi menjadi dua aspek, yaitu: (1) manfaat penelitian secara akademis, dan (2) manfaat penelitian secara praktis, sehingga penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat membantu Program Studi Ilmu Hubungan Internasional dalam bidang diplomasi khususnya diplomasi budaya dan ekonomi melalui program ISUTW yang disusun pemerintah Indonesia untuk mempromosikan rempah Indonesia.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan masyarakat akan diplomasi yang dilakukan Indonesia melalui program ISUTW yang dilakukan pemerintah sebagai upaya untuk mempromosikan rempah di dunia internasional.
- b. Penelitian diharapkan dapat menjadi bahan kajian bagi pemangku kebijakan dalam menilai keberhasilan program ISUTW.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini berisi lima bab dimana setiap babnya terdapat sub-bab yang membahas penelitian secara lebih spesifik sesuai bahasannya yang terdiri atas:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan yang menjelaskan

tentang latar belakang dan akar masalah yang menjadi pertanyaan dalam penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN

Bab ini berisi kajian pustaka, kerangka konseptual, kerangka berpikir, dan argumen yang membahas teori dan konsep yang digunakan untuk mendukung hasil penelitian ini dan menjadi perbandingan dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

BAB III PERDAGANGAN REMPAH GLOBAL DAN LOKAL

Bab ini berisi penjelasan terkait sejarah perdagangan rempah, perdagangan rempah global termasuk jalur rempah, dan perdagangan rempah yang terjadi di Indonesia.

BAB IV INDONESIA *SPICE UP THE WORLD*

Bab ini mengupas lebih dalam terkait program ISUTW, mulai dari kondisi rempah Indonesia, inisiasi dan perancangan program, upaya promosi rempah, hingga hasil dan dampak yang terlihat setelah pelaksanaan program ini.

BAB IV PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian ini, terutama hasil dalam pembahasan penelitian, selain itu bab ini juga berisi saran dan kritik penulis terhadap kementerian/lembaga pemangku kebijakan dan semua pihak yang terlibat dalam program ini.