

Narasi Tunggal *Indonesia Spice Up The World* (ISUTW)

Indonesia, negara tropis dengan tanah yang subur, menjadi tempat ideal bagi tumbuhnya tanaman rempah. **Rempah-rempah bermanfaat untuk melezatkan hidangan dan kesehatan.** Rempah-rempah mewarnai cita rasa masakan Indonesia sejak ribuan tahun dan telah diolah menjadi bumbu masakan. Rempah dan bumbu dalam masakan menjadi warisan budaya bagi gastronomi Indonesia yang kaya aroma dan rasa yang unik. Daya tarik rempah Indonesia membuat bangsa-bangsa di dunia, mulai dari bangsa Asia hingga Eropa, datang ke nusantara. Sejarah mencatat, **rempah dari kepulauan Indonesia telah menjadi komoditas utama perdagangan** dunia di pelabuhan-pelabuhan sepanjang nusantara. Perdagangan antara penduduk di Kepulauan Nusantara dengan bangsa-bangsa di dunia sudah dilakukan sejak millenium awal Masehi. Perjalanan perdagangan rempah membuat Indonesia, sebagai negara maritim, masuk dalam jalur rempah dunia.

Rempah segar Indonesia yang saat ini paling banyak dikonsumsi di negara lain antara lain: **lada, pala, cengkeh, jahe, kayu manis, dan vanili.** Tren **nilai ekspor rempah dan bumbu** terus meningkat hingga mencapai USD 970,32 juta pada tahun 2021. Nilai ekspor rempah dan bumbu mengalami peningkatan dengan rata-rata pertumbuhan 7,77% pada lima tahun terakhir.

Indonesia sudah dikenal sebagai *mother of spice* atau negara penghasil rempah-rempah dunia. Sayangnya, **ketenaran bumbu masakan Indonesia kurang dikenal secara global** dibandingkan bumbu masakan Oriental, Thailand, dan Vietnam. Padahal perhatian dunia terhadap kuliner Indonesia semakin banyak. Hal ini dibuktikan dari maraknya liputan media-media asing yang berbagi cerita tentang kelezatan dan keragaman kuliner Indonesia. Keberadaan restoran Indonesia di luar negeri, yang telah menarik pemerhati masakan Indonesia, saat ini berjumlah sekitar 1.177 gerai pada tahun 2020. Namun, hal ini **belum efektif mengangkat popularitas** kekayaan rempah, bumbu masakan, budaya dan pariwisata Indonesia.

Menjawab tantangan tersebut, Pemerintah RI menyusun sebuah program bernama "*Indonesia Spice Up The World*" (ISUTW).

ISUTW merupakan program kolaboratif semua pemangku kepentingan untuk mempromosikan kuliner Indonesia guna mencapai nilai ekspor rempah dan bumbu sebesar USD 2 miliar dan mengaktivasi sebanyak 4.000 restoran di mancanegara pada tahun 2024 serta mengangkat produk rempah dan bumbu masakan merek lokal Indonesia.

Program ISUTW adalah strategi **memperkenalkan produk rempah dan bumbu masakan Indonesia di mancanegara.** Strategi ini juga **memacu pengembangan jaringan restoran Indonesia** di luar negeri sebagai gastrodipomasi Indonesia. Strategi dilakukan melalui reaktivasi dan penambahan restoran Indonesia di mancanegara serta **standarisasi cita rasa masakan Indonesia.** Strategi lain adalah **memanfaatkan restoran hotel chain** dari **mancanegara** untuk menyajikan kuliner Indonesia

Pengenalan masakan dimulai dari lima *national food* yaitu: **rendang, nasi goreng, sate, soto, dan gado-gado, sebagai lokomotif kuliner nusantara.** Kelima jenis makanan ini telah diakui sebagai *the World's 50 Best Foods* oleh CNN Travel pada tahun 2017-2021. Kelima jenis makanan ini tentunya akan menarik gerbong kuliner nusantara lainnya, seperti: hidangan laut dan makanan lainnya.

Restoran Indonesia di mancanegara menjadi **etalase produk rempah dan bumbu masakan** bermerek lokal Indonesia. Di dalam negeri, etalase-etalase mini didirikan di kota-kota dan di destinasi pariwisata super prioritas. Etalase ini diperuntukkan bagi para wisatawan asing yang hendak membawa cinderamata kuliner (*food souvenir*). Produk rempah dan bumbu masakan Indonesia juga ditawarkan melalui etalase digital (*market place*). Etalase digital terhubung dengan *landing page* ISUTW sebagai akselerasi perdagangan produk rempah dan bumbu masakan Indonesia.

Penguatan ekosistem berkelanjutan dan bernilai ekonomi melalui rantai pasok dari hulu ke hilir merupakan bagian tak terpisahkan dalam program ini. **Strategi berkelanjutan ketersediaan tanaman rempah dan industri bumbu dalam negeri** dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pasar global dan nusantara.

Jaringan transportasi dan logistik melalui jalur darat, laut, udara dan perkeretaapian yang telah tersedia, mendukung kelancaran distribusi produk rempah dan bumbu masakan dari daerah-daerah di Indonesia ke mancanegara. **Jaringan logistik ini harus terus didukung dan diperkuat agar distribusi lancar dengan harga yang kompetitif.**

Fasilitas pembiayaan ekspor dan dukungan institusi perbankan Indonesia di luar negeri dibutuhkan oleh pengusaha dalam negeri. Fasilitas memanfaatkan penugasan khusus LPEI, Himbara dan *Securities crowdfunding* yang telah berizin dari OJK. Bentuk fasilitas berupa pemberian pinjaman kredit bagi WNI yang berminat membuka usaha restoran di mancanegara.

Strategi mengembangkan kemitraan antara industri dengan UKM lokal membuka peluang di pasar global. Pengembangan ini menjadi strategi untuk akses ke pasar global dengan negara mitra dagang. Melalui kemitraan ini, produk UKM lokal harus mampu bersaing di pasar global.

Strategi reaktivasi branding Wonderful Indonesia dilakukan untuk menciptakan reputasi pariwisata berkelanjutan berbasis kearifan lokal. Sejalan dengan itu, pemerintah mengawal keamanan, manfaat dan mutu produk rempah dan bumbu masakan Indonesia serta keikutsertaan peran produsen dalam menjamin mutu produk. Proses produksi dilakukan dengan cara produksi yang baik (*good manufacturing practices*) agar menghasilkan kepercayaan pasar global.

Strategi promosi produk rempah dan bumbu masakan Indonesia juga dilakukan di dalam negeri. Promosi dilakukan agar masyarakat cinta produk lokal terutama di destinasi pariwisata super prioritas Promosi produk rempah dan bumbu masakan Indonesia memanfaatkan media konvensional dan digital yang inovatif dan kreatif. Partisipasi pada event Internasional dan misi dagang di dalam dan di luar negeri menjadi kesatuan dalam program ini.

Rencana aksi jangka pendek program ISUTW meliputi:

- a. Menghasilkan peta jalan dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan, yakni pemerintah (Kementerian dan Lembaga terkait), dunia usaha, akademisi, komunitas, asosiasi, aktor kultural gastronomi dan media, agar menjadi panduan bersama dalam implementasi program ISUTW secara sinergis, progresif dan berkelanjutan.
- b. Menciptakan iklim usaha yang kondusif untuk menjamin kreativitas berusaha.
- c. Meningkatkan daya saing industri pengolahan rempah dan bumbu masakan Indonesia melalui fasilitas kemudahan akses bahan baku, peningkatan teknologi, kompetensi sumber daya manusia (SDM) dan mutu produk.
- d. Mengembangkan produk rempah dan bumbu masakan Indonesia serta meningkatkan kapasitas dan layanan pelaku usaha kuliner Indonesia di mancanegara.
- e. Meningkatkan mutu produk rempah dan bumbu masakan Indonesia berstandar internasional, *traceability*, ramah lingkungan dan keamanan pangan (*food safety*).
- f. Meningkatkan kompetensi SDM dalam penguasaan pengetahuan dan keterampilan tentang produk rempah, bumbu dan layanan masakan Indonesia, termasuk penguatan kurikulum pendidikan kuliner nusantara.
- g. Menguatkan daya tarik kuliner Indonesia di destinasi-destinasi pariwisata Indonesia terutama destinasi pariwisata super prioritas dan destinasi gastronomi.
- h. Bekerja sama dengan media publikasi digital, seperti: media sosial, *micro blogging*, dokumenter makanan, drama seri dan film, untuk mempromosikan produk rempah, bumbu masakan Indonesia dan menu nusantara.

- i. Kampanye penggunaan tagar #ISUTW #IndonesiaSpiceUpTheWorld #jalurrempah #spiceroute #wonderfullIndonesia.
- j. Memfasilitasi jenama-jenama kuliner Indonesia untuk memperluas jaringan akses pasar global melalui lisensi, *co-branding*, *brand expansion*, investasi langsung dan *joint operation*.
- k. Mengoptimalkan keberadaan Perwakilan RI di luar negeri untuk menggemakan program ISUTW ke berbagai belahan dunia melalui *business matching* dan *event* internasional dalam rangka memperluas akses pasar, memperkuat jaringan distribusi dan logistik internasional.
- l. Memfasilitasi kemudahan akses pembiayaan pendirian restoran Indonesia di mancanegara dan kemudahan pembiayaan ekspor produk rempah dan bumbu masakan Indonesia melalui LPEI, Himbara dan *Securities crowdfunding* yang telah berizin dari OJK.
- m. Memperbarui informasi waktu nyata (*real-time*) secara berkelanjutan tentang regulasi keamanan pangan, kesehatan, kebijakan perdagangan dan perijinan pendirian restoran dan tenaga kerja Indonesia di negara tujuan, seperti: Australia, Afrika, Eropa dan Amerika. Aksi ini dilaksanakan melalui kerja sama strategis dengan regulator di negara mitra dan diaspora.
- n. Membangun etalase-etalase mini kuliner Indonesia baik secara konvensional maupun digital di kota-kota dan di destinasi pariwisata Indonesia khususnya destinasi pariwisata super prioritas.
- o. Memanfaatkan *event-event* strategis nasional dan internasional untuk promosi produk rempah dan bumbu masakan Indonesia agar secara konsisten hadir di pasar global.
- p. Menetapkan standarisasi rasa masakan, pelayanan dan tampilan usaha kuliner Indonesia, seperti: restoran, kedai dan kafe, di mancanegara.

Program jangka panjang program ISUTW terdiri dari:

- a. Menggiatkan riset-riset berbasis produk rempah, bumbu dan masakan Indonesia termasuk *market intelligent*, *product development*, *food technology and innovation*.
- b. Memperkuat manajemen tanam tanaman rempah, terutama di desa-desa penghasil rempah, untuk keberlanjutan ketersediaan bahan baku.
- c. Mendorong literasi teknologi digital dari hulu hingga ke hilir dalam industri produk rempah dan bumbu masakan Indonesia serta industri jasa makanan minuman Indonesia di mancanegara.

Sebagai penutup, partisipasi aktif seluruh pihak untuk saling **bekerja sama dan sama-sama bekerja** mutlak dibutuhkan. Kesuksesan program ISUTW dimulai dari pendanaan, penyediaan bahan baku, produksi, pengolahan, distribusi, promosi, penjualan hingga penyajian kepada pasar potensial. Tercapainya target program ISUTW adalah untuk meningkatkan kesejahteraan seluruh bangsa Indonesia.

Mari bersama Indonesia Membumbui Dunia