

Budaya Populer & Hortikultura: Potensi Kebijakan Diplomasi Santan untuk Diplomasi Gastro Indonesia

Emir Alfachridzi ^{1*}, Darynaufal Mulyaman ², Achmad Ismail³

1 Universitas Kristen Indonesia; lfachridzie@gmail.com

2 Universitas Kristen Indonesia; darynaufal@uki.ac.id

3 Universitas Jember; achmadismail@unej.ac.id

***corresponding author**

Budaya Populer & Hortikultura: Potensi Kebijakan Diplomasi Santan untuk Diplomasi Gastro Indonesia

ABSTRAK

Kata Kunci:

Kelapa, diplomasi ekonomi, gastro diplomasi, soft power, Indonesia

Tulisan ini membahas dinamika strategi diplomasi Indonesia melalui pemanfaatan komoditas santan sebagai instrumen diplomasi ekonomi, budaya, dan politik luar negeri dalam rentang 2025–2033. Latar belakang kajian ini berangkat dari realitas bahwa meskipun Indonesia merupakan produsen kelapa terbesar di dunia, kontribusi produk olahan kelapa terhadap ekspor nasional masih terbatas dan cenderung terjebak dalam ekspor bahan mentah bernilai rendah. Artikel ini mengajukan konsep Santan-Diplomacy, yakni strategi diplomasi berbasis komoditas yang mengintegrasikan tiga pilar utama: standardisasi dan sertifikasi produk sesuai standar internasional, pembentukan kelembagaan koordinatif melalui Badan Koordinator Industri Kelapa Indonesia (BKIKI), serta pembangunan narasi kultural yang menempatkan santan sebagai identitas kuliner Nusantara. Dengan menggunakan pendekatan analisis perbandingan, tulisan ini menyoroti pengalaman Meksiko melalui Guacamole-Diplomacy sebagai model pembelajaran, termasuk keberhasilan dalam ekspor dan tantangan berupa deforestasi serta infiltrasi aktor kriminal dalam rantai pasok. Hasil kajian menunjukkan bahwa Santan-Diplomacy berpotensi mendorong transformasi Indonesia dari eksportir komoditas hulu menjadi eksportir produk hilir bernilai tinggi seperti Kimchi di Korea, memperkuat soft power Indonesia dalam diplomasi internasional, serta memperkaya narasi kuliner global melalui gastrodipomasi. Dengan desain kebijakan yang berkelanjutan, inklusif, dan berbasis inovasi, Santan-Diplomacy dapat menjadi instrumen strategis menuju visi Indonesia Emas 2045.

ABSTRAK

Keywords:

Constructivism, Gastrodipomacy, Indonesia Spice Up the World, National Identity, Soft Power

This study analyzes Indonesia's gastrodipomacy within a constructivist framework as a form of strengthening national identity at the global level. Departing from the limitations of realist and liberal approaches that tend to place food as a secondary instrument in international politics, this research argues that cuisine is a meaningful social medium capable of shaping perceptions and identity through cross-cultural interactions. Using a literature review method, the study examines academic publications and official policy documents, particularly the Indonesia Spice Up the World (ISUTW) program as the main case. The findings show that Indonesia's gastrodipomacy functions not only as a soft power instrument to increase spice exports and expand the network of Indonesian restaurants abroad, but also as a constructive practice that reproduces Indonesia's historical narrative as a spice nation. Through interactions between state and non-state actors including the diaspora, culinary entrepreneurs, media, and international communities, food becomes a symbol that communicates the values of hospitality, diversity, and creativity. Thus, gastrodipomacy contributes to nation branding while simultaneously building Indonesia's identity in a dialogical manner within the international arena.

Pendahuluan

Indonesia adalah negara berkembang yang perekonomiannya banyak ditopang oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kebijakan pajak semacam ini tentu akan berdampak signifikan pada usaha rakyat. Seperti diingatkan oleh Jay Helms, negara yang mencurahkan pendapatan pajak besar untuk pembayaran transfer cenderung mengalami penurunan prospek pertumbuhan ekonomi, yang pada akhirnya membatasi ruang redistribusi di tingkat lokal (Helms, 1985). Oleh karena itu, diperlukan pendekatan mitigasi risiko untuk memastikan target pendapatan negara 2025 tetap tercapai tanpa membebani masyarakat kecil. Salah satu jalan alternatif untuk mendukung penerimaan negara adalah melalui optimalisasi Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP), khususnya dari ekspor komoditas surplus. Komoditas kelapa, misalnya, memiliki potensi besar. Sekretaris Direktorat Jenderal Perkebunan Kementerian Pertanian, Heru Tri Widarto, menyatakan bahwa pada tahun 2023 Indonesia mengalami surplus produksi kelapa bulat hingga 3,6 miliar butir (Widi, 2024). Kelapa adalah bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat Indonesia. Dari kelapa, salah satu produk yang paling dekat dengan keseharian adalah santan, yang menjadi bahan utama banyak kuliner khas Nusantara. Lebih dari itu, santan juga memiliki pasar global yang cerah. Laporan terbaru memperkirakan bahwa pasar *coconut milk* akan terus tumbuh hingga 2033 (Straits Research, 2024).

Artikel ini berusaha merumuskan strategi pemanfaatan santan sebagai instrumen diplomasi yang dikenal sebagai *Santan-Diplomacy*. Konsep ini mengacu pada keberhasilan *Guacamole-Diplomacy* di Meksiko, yang menjadikan avokado dan guacamole sebagai medium diplomasi ekonomi dan budaya. Dengan mengadopsi kerangka *gastrodiplomasi* yang digagas Rockower (2012), *Santan-Diplomacy* diharapkan dapat memperkuat posisi Indonesia melalui diplomasi kuliner dan komoditas pangan. Pemetaan produksi kelapa nasional menunjukkan potensi yang besar. Berdasarkan data Direktorat Jenderal Perkebunan tahun 2025, produksi kelapa Indonesia mencapai 2,83 juta ton setara kopra, dengan hampir 99 persen dikuasai oleh perkebunan rakyat (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2025). Hal ini memperlihatkan bahwa kelapa merupakan tanaman rakyat dengan dimensi sosial-ekonomi strategis, sekaligus menandakan adanya keterbatasan dalam produktivitas karena keterbatasan akses teknologi dan modal di tingkat petani. Konsentrasi

produksi ditemukan di Provinsi Riau, khususnya Kabupaten Indragiri Hilir, yang menyumbang lebih dari 70 persen produksi kelapa hibrida dan hampir 80 persen kelapa dalam di tingkat provinsi (Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian, 2023). Dengan dominasi geografis ini, optimalisasi infrastruktur dan rantai pasok menjadi faktor kunci bagi pemerataan produksi kelapa nasional.

Dari sisi produktivitas, data menunjukkan bahwa 76,3 persen tanaman kelapa di Indonesia sudah menghasilkan, namun terdapat sekitar 11 persen atau lebih dari 375 ribu hektar yang rusak atau tidak menghasilkan. Hal ini berimplikasi pada rendahnya produktivitas perkebunan rakyat yang hanya mencapai 1,12 ton per hektar, jauh di bawah potensi yang seharusnya dapat diraih (Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian, 2023). Faktor penyebabnya beragam, mulai dari tanaman tua, serangan organisme pengganggu, hingga praktik budidaya yang kurang optimal. Meski demikian, posisi Indonesia di pasar global tetap kuat. Pada tahun 2023, ekspor kelapa mencapai 2,17 juta ton senilai US\$1,314 miliar, dengan peningkatan ekspor sebesar 393 ribu ton dibanding tahun sebelumnya (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2025). Surplus produksi mencapai 25 persen dari total 14,18 miliar butir kelapa, sehingga menyediakan landasan kuat untuk diversifikasi produk dan penguatan posisi Indonesia dalam rantai nilai global (Widi, 2024).

Fenomena ini memperlihatkan paradoks. Indonesia kaya akan produksi kelapa dan memiliki posisi dominan di pasar global, tetapi produktivitas dalam negeri masih menghadapi banyak tantangan. Untuk itu, strategi pengembangan tidak bisa lagi hanya berfokus pada volume, melainkan juga pada kualitas, efisiensi, dan keberlanjutan produksi. Di sisi lain, tren pasar global untuk santan memperlihatkan prospek cerah. Menurut laporan Straits Research (2024), pasar santan dunia diperkirakan akan mencapai nilai US\$12,73 miliar pada tahun 2033, dengan tingkat pertumbuhan tahunan (CAGR) sebesar 17,3 persen sepanjang 2021–2033. Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya tren makanan berbasis nabati, gaya hidup vegan, serta kebutuhan akan produk bebas laktosa (Veganising It, 2025). Dengan demikian, santan berpotensi besar menjadi komoditas andalan yang menghubungkan tradisi kuliner Nusantara dengan pasar global.

Indonesia dan Meksiko adalah kekuatan tengah yang berfungsi untuk mengarahkan dinamika ekonomi politik global. Sebagai negara-negara ini, mereka menawarkan ruang analisis yang jarang dibahas dalam literatur diplomasi komoditas. Pertanian bernilai budaya

adalah instrumen yang sama yang digunakan oleh keduanya sebagai kekuatan tengah yang sedang muncul. Mereka memanfaatkannya untuk meningkatkan kekuatan, memperkuat posisi dagang, dan menciptakan citra nasional dalam arsitektur ekonomi global (Jordaan, 2003; Nye, 2004). Namun, meskipun memanfaatkan instrumen yang serupa, penelitian komparatif tentang cara kedua kekuatan tengah ini merancang diplomasi komoditasnya masih sangat terbatas. Studi ini lebih baru karena melihat secara menyeluruh bagaimana strategi Indonesia dan Meksiko menggunakan santan dan alpukat sebagai alat diplomasi ekonomi-budaya. Ini sebanding dengan perkembangan diplomasi makanan dan gastrodiplomasi kontemporer (Rockower, 2012; De La Cuadra, 2024). Jadi, kajian ini membantu kita memahami bagaimana makanan dapat berfungsi sebagai instrumen *soft power* yang dibentuk oleh struktur institusional, narasi budaya, dan struktur agraria setiap negara.

Indonesia dan Meksiko, keduanya anggota MIKTA, memiliki ciri-ciri yang serupa sebagai kekuatan tengah yang berusaha meningkatkan kekuatan mereka melalui diplomasi inovatif dan instrumen non-tradisional. Dalam sepuluh tahun terakhir, kapasitas diplomasi ekonomi Meksiko telah meningkat, seperti yang ditunjukkan oleh nilai ekspor produk pertanian Meksiko yang mencapai US\$50,3 miliar pada tahun 2023, dengan komoditas unggulan alpukat bernilai lebih dari US\$3,5 miliar (SADER, 2024). Meksiko berhasil mengubah komoditas pertanian menjadi alat diplomatik, memperkuat posisi geoekonominya di Amerika Utara sebagai produsen alpukat terbesar di dunia, yang bertanggung jawab atas 30 hingga 35 persen pasokan global (De La Cuadra, 2024). Posisi ini sejalan dengan tujuan MIKTA untuk meningkatkan peran kekuatan tengah dalam tata kelola global melalui diplomasi inovatif dan kerja sama multisektor. Analisis komparatif menjadi lebih penting untuk memahami bagaimana dua kekuatan tengah menggunakan komoditas pertanian sebagai alat diplomasi strategis ketika memasukkan konteks Meksiko.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan analisis perbandingan sebagai panduan utama dalam menganalisis dan membingkai analisis untuk menguraikan permasalahan yang diteliti. Analisis perbandingan merupakan salah satu pendekatan penting dalam penelitian ilmiah yang banyak digunakan dalam ilmu sosial, hukum, politik, dan ekonomi. Pada dasarnya, analisis ini berupaya memahami fenomena dengan cara membandingkan dua atau lebih objek, kasus, atau peristiwa. Melalui perbandingan, peneliti tidak hanya sekedar mencari persamaan dan perbedaan, tetapi juga mencoba menemukan pola, menguji teori, serta mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena sosial. Oleh karena itu, analisis perbandingan menjadi sebuah jembatan antara observasi empiris dan generalisasi teoritis. Perbandingan seperti dengan *Guacamole Mexico* dan diplomasi makanan dari negara lain dilakukan untuk mendapatkan analisis yang komprehensif.

Arend Lijphart (1971) menyatakan bahwa metode perbandingan merupakan salah satu alat yang paling efektif dalam ilmu politik karena ia dapat menjelaskan hubungan sebab-akibat melalui variasi antar kasus. Sartori (1994) menambahkan bahwa perbandingan bukanlah kegiatan deskriptif semata, melainkan sebuah alat analitis yang membuat konsep menjadi lebih jelas. Artinya, perbandingan memungkinkan kita menguji apakah sebuah teori dapat berlaku lintas ruang dan waktu, atau justru bersifat kontekstual. Tujuan dari analisis perbandingan sesungguhnya berlapis. Ia dapat digunakan untuk mengidentifikasi variasi antar fenomena, menguji hipotesis, membangun teori, atau bahkan sekedar memahami keunikan suatu kasus tertentu. Misalnya, ketika peneliti ingin memahami mengapa demokrasi dapat bertahan di satu negara tetapi rapuh di negara lain, perbandingan lintas kasus menjadi instrumen yang tepat. Melalui metode ini, peneliti dapat menelusuri variabel-variabel yang berbeda, seperti tingkat pendidikan, peran militer, atau struktur ekonomi, untuk menjelaskan variasi yang terjadi.

Pada praktiknya, analisis perbandingan memiliki beragam bentuk. Ada perbandingan historis yang berfokus pada dinamika lintas waktu, perbandingan lintas negara yang banyak digunakan dalam ilmu politik, hingga perbandingan lintas budaya yang kerap menjadi perhatian antropologi dan sosiologi. Di bidang kebijakan publik, analisis perbandingan digunakan untuk

menilai efektivitas suatu kebijakan dengan membandingkannya pada konteks negara atau wilayah yang berbeda. Lijphart (1999) misalnya, melakukan perbandingan sistem politik di berbagai negara Barat dan menghasilkan tipologi demokrasi konsensus serta demokrasi mayoritarian yang hingga kini menjadi rujukan penting dalam kajian politik.

Dari segi metodologi, analisis perbandingan memiliki dua desain yang banyak dipakai, yaitu *most similar systems design (MSSD)* dan *most different systems design (MDSD)*. Menurut Przeworski dan Teune (1970), *MSSD* dilakukan dengan membandingkan kasus-kasus yang serupa dalam banyak hal, tetapi berbeda dalam satu variabel penting. Dengan cara ini, peneliti dapat mengisolasi faktor kunci yang memengaruhi perbedaan hasil. Sebaliknya, *MDSD* membandingkan kasus-kasus yang sangat berbeda namun menghasilkan fenomena yang sama, sehingga faktor penyebab umum bisa ditemukan. Pendekatan lain yang lebih fleksibel adalah *comparative case study*, yang menekankan analisis mendalam terhadap beberapa kasus terbatas. Meski menawarkan banyak manfaat, analisis perbandingan tidak luput dari keterbatasan. Salah satu masalah utama adalah kesulitan dalam menjaga ekivalensi konsep di berbagai konteks. Adcock dan Collier (2001) mengingatkan bahwa konsep demokrasi, misalnya, tidak selalu memiliki makna yang sama di setiap negara. Selain itu, keterbatasan data, bias seleksi dalam pemilihan kasus, dan jumlah kasus yang terlalu sedikit untuk analisis statistik juga menjadi kendala tersendiri. Namun, kendala-kendala ini tidak mengurangi nilai analisis perbandingan sebagai instrumen metodologis yang relevan.

Kelebihan analisis perbandingan justru terletak pada fleksibilitasnya. Ia dapat digunakan untuk memahami perilaku individu dalam survei, memeriksa efektivitas kebijakan publik, hingga membandingkan struktur kelembagaan antar negara. Lebih jauh, metode ini membuka perspektif lintas budaya dan konteks yang memperkaya pemahaman terhadap fenomena global. Chang (2002) misalnya, menunjukkan bagaimana negara-negara berkembang dapat belajar dari strategi industrialisasi negara Asia Timur, suatu bentuk transfer pengetahuan yang hanya mungkin dilakukan melalui pendekatan komparatif. Dalam era globalisasi, relevansi analisis perbandingan semakin menonjol. Tantangan global seperti perubahan iklim, digitalisasi, dan tata kelola internasional membutuhkan pendekatan lintas negara untuk menemukan praktik terbaik. Perbandingan membantu kita memahami mengapa beberapa negara lebih adaptif terhadap perubahan teknologi, atau mengapa sebagian masyarakat lebih tahan terhadap guncangan ekonomi dibandingkan yang lain. Dengan

demikian, analisis perbandingan tidak hanya berfungsi untuk kepentingan akademik, tetapi juga memiliki nilai praktis yang besar bagi pembuat kebijakan.

Kesimpulannya, analisis perbandingan adalah salah satu metode penelitian paling penting dalam ilmu sosial dan humaniora. Ia memungkinkan peneliti untuk melampaui batas-batas lokal dan nasional, menghubungkan teori dengan praktik, serta menjembatani perbedaan konseptual antar konteks. Walaupun menghadapi keterbatasan, analisis perbandingan tetap menjadi sarana utama untuk memahami kompleksitas dunia kontemporer. Seperti dikatakan Lijphart (1971), metode ini adalah jalan tengah yang ideal antara studi kasus tunggal yang mendalam dan penelitian statistik berskala besar, karena mampu memadukan detail empiris dengan kemampuan generalisasi.

Hasil & Analisis

Model *Guacamole-Diplomacy* di Meksiko menjadi salah satu contoh diplomasi pangan yang paling berhasil. Strategi ini dimulai pada 1960-an oleh *California Avocado Advisory Board (CAAB)*, yang memanfaatkan meningkatnya popularitas kuliner Meksiko di Amerika Serikat. *Guacamole* dipilih sebagai ikon kuliner yang tidak hanya membawa identitas budaya Meksiko, tetapi juga membuka jalan bagi masuknya avokado secara masif ke pasar Amerika (De La Cuadra, 2024).

Meskipun ada kemajuan besar dalam studi diplomasi pangan, sebagian besar literatur masih berfokus pada satu studi kasus atau konteks negara maju. Rockower (2012) menggambarkan gastrodiploasi sebagai alat halus yang menghubungkan diplomasi publik dengan makanan. Di sisi lain, De La Cuadra (2024) menekankan bahwa *Guacamole* diplomasi berhasil menjadikan alpukat sebagai simbol nasional Meksiko dengan menerapkan strategi budaya dan ekonomi. Dengan demikian, penelitian komparatif yang mengaitkan diplomasi komoditas antara dua kekuatan tengah masih sedikit. Ini terutama berkaitan dengan bagaimana komoditas bernilai budaya digunakan untuk membangun pengaruh simbolik dan meningkatkan akses pasar. Oleh karena itu, perbandingan antara Indonesia dan Meksiko melengkapi literatur yang tidak lengkap dan membantu kita memahami berbagai strategi diplomasi pangan di luar wilayah timur dunia (Rockower, 2012; De La Cuadra, 2024).

Konteks historis dan politik menjadi faktor penting dalam keberhasilan strategi ini. Perjanjian *NAFTA* pada 1994 membuka akses pasar Amerika Serikat bagi alpukat Meksiko yang sebelumnya dilarang masuk karena alasan *phytosanitary*. Lois Stanford (2002) menjelaskan bahwa keberhasilan negosiasi perdagangan ini tidak terlepas dari lobi intensif para produsen alpukat Meksiko. Pasca-*NAFTA*, industri alpukat tumbuh pesat. Volume ekspor melonjak dari 13.000 ton pada 1991 menjadi 47.000 ton pada 1998. Proporsi produksi untuk ekspor juga meningkat dari hanya 2 persen pada 1997 menjadi 28 persen pada 2005 (Barsimantov & Navia Antezana, 2012).

Ekspansi ini berimplikasi luas. Area perkebunan avokado di Michoacán berkembang pesat dari 13.350 hektar pada 1968 menjadi 78.500 hektar pada 2000, lalu melonjak lagi menjadi 167.748 hektar pada 2019 (Barsimantov & Navia Antezana, 2012). Namun, perkembangan pesat tersebut juga menimbulkan persoalan serius. Mas et al. (2017) mencatat laju deforestasi sebesar 6.660 hektar per tahun antara 2004–2007, sedangkan Barsimantov dan

Navia Antezana menemukan bahwa pada 1990–2006 sekitar 33,1 persen hutan di elevasi lebih dari 1.200 meter hilang, dengan laju deforestasi 2,5 persen per tahun. Selain persoalan ekologis, dimensi keamanan juga menjadi tantangan besar. Kartel narkoba seperti *Los Zetas*, *La Familia Michoacána*, dan *Los Caballeros Templarios* menyusup ke dalam rantai produksi alpukat, memberlakukan sistem pemerasan terhadap petani dan eksportir (Maldonado Aranda, 2013). Bahkan, pernah terjadi ancaman terhadap tim inspeksi *USDA* di

Michoacán pada 2019, yang memperlihatkan eskalasi kekerasan akibat perebutan kontrol produksi.

Meskipun begitu, dampak ekonomi industri alpukat sangat besar. Pada 2003, sektor ini menyerap sekitar 47.000 pekerja tetap, 70.000 pekerja musiman, dan 187.000 pekerja tidak langsung (Dorantes et al., 2004). Studi Villanueva Tomas dan Anaya (2018) menunjukkan bahwa wilayah penghasil alpukat mengalami penurunan tingkat kemiskinan dan migrasi keluar yang lebih signifikan dibanding wilayah lain di Michoacán. Dengan kata lain, meskipun menghadirkan tantangan lingkungan dan sosial, Guacamole-Diplomacy berhasil mendorong transformasi ekonomi di tingkat lokal maupun nasional.

Keberhasilan model ini ditopang oleh tiga pilar. Pertama, pilar kelembagaan yang diwujudkan melalui pembentukan *Asociación de Productores y Empacadores Exportadores de Aguacate de México (APEAM)*, badan koordinasi utama yang berhasil mengintegrasikan kepentingan berbagai aktor, termasuk *USDA*, *MHAIA*, *SADER*, dan *Senasica*. APEAM menjadi motor utama yang memastikan standarisasi, keamanan pangan, serta promosi internasional. Volume ekspor meningkat dua kali lipat antara 2014 hingga 2021, dari 1,2 menjadi 2,4 miliar pon (Larragoiti, 2023). Kedua, pilar keberlanjutan. Setelah menghadapi kritik deforestasi dan degradasi lingkungan, APEAM meluncurkan agenda hijau atau *Green Agenda*, dengan program konservasi air dan irigasi berkelanjutan yang kini mencakup lebih dari 60 persen kebun alpukat (Elvira, 2020). Program ini menjadi jawaban atas temuan Denvir et al. (2022) yang menyoroti dampak ekologis ekspansi alpukat terhadap keanekaragaman hayati dan sistem hidrologi.

Ketiga, pilar standardisasi dan keamanan pangan. APEAM membangun sistem verifikasi kepatuhan yang ketat, termasuk aplikasi keamanan pangan dan pelatihan tersertifikasi. Langkah ini tidak hanya memenuhi standar *USDA* dan *Codex Alimentarius*, tetapi juga membangun citra avokado Meksiko sebagai produk premium di pasar global (Larragoiti, 2023).

Dari model inilah Indonesia dapat belajar untuk membangun Santan-Diplomacy. Bedanya, Santan-Diplomacy memiliki peluang untuk lebih maju sejak awal karena dapat mengantisipasi tantangan yang dialami Meksiko. Misalnya, persoalan deforestasi bisa dicegah dengan perencanaan budidaya berkelanjutan, sementara infiltrasi aktor kriminal dapat diantisipasi melalui penguatan tata kelola industri kelapa berbasis perkebunan rakyat. Santan-Diplomacy menekankan tiga elemen utama. Pertama, standardisasi produk dan sertifikasi internasional, termasuk pemenuhan standar *Codex Alimentarius*, *FDA*, dan *USDA*. Kedua, pembentukan lembaga koordinasi setara APEAM, yang dapat dinamakan Konsorsium Kelapa Bulat Indonesia (KKBI), untuk mengatur tata kelola produksi dan ekspor. Lembaga ini menjadi wadah bagi petani, pengolah, eksportir, dan pemerintah untuk membangun kebijakan yang selaras. Ketiga, strategi promosi yang mengedepankan narasi keaslian Indonesia sebagai negeri kelapa, sembari menghubungkan santan dengan tren global seperti gaya hidup sehat, keberlanjutan, dan diet berbasis nabati.

Jika Guacamole-Diplomacy berhasil mengangkat avokado menjadi ikon global Meksiko, maka Santan-Diplomacy berpotensi mengangkat santan sebagai identitas kuliner dan ekonomi Indonesia di dunia. Dengan pondasi yang lebih matang dalam aspek kelembagaan, keberlanjutan, dan standardisasi, strategi ini bisa menjadi instrumen *soft power* yang jauh lebih kokoh. Implementasi Santan-Diplomacy menuntut adanya standardisasi produk, sertifikasi internasional, dan promosi yang terintegrasi. Standardisasi menjadi fondasi penting agar produk santan Indonesia memiliki daya saing global. Hal ini mencakup parameter teknis seperti kandungan nutrisi, viskositas, dan keamanan pangan, serta aspek proses mulai dari praktik budidaya hingga distribusi. Harmonisasi dengan standar internasional, seperti *Codex Alimentarius* maupun regulasi *FDA* dan *USDA*, menjadi syarat mutlak agar santan dapat diterima di pasar global.

Mengingat struktur industri kelapa di Indonesia didominasi oleh perkebunan rakyat, penerapan sistem standardisasi harus inklusif dan bertahap. Skema sertifikasi berjenjang akan memungkinkan petani kecil bertransisi secara perlahan menuju praktik produksi yang lebih maju. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital untuk sistem *traceability* dapat menjamin transparansi rantai pasok sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen global.

Strategi promosi juga memainkan peran krusial. Dengan meningkatnya tren konsumsi nabati dan gaya hidup vegan, santan memiliki peluang untuk dipasarkan sebagai produk otentik dari Indonesia yang tidak hanya sehat tetapi juga berkelanjutan. Narasi promosi perlu menekankan keaslian kuliner Nusantara yang berbasis santan, manfaat kesehatan, serta komitmen terhadap kelestarian lingkungan. Kolaborasi dengan industri makanan internasional, pengembangan aplikasi kuliner inovatif, serta promosi melalui platform gastronomi global dapat memperluas basis konsumen dan memperkuat citra santan sebagai bagian dari diplomasi budaya Indonesia.

Implementasi strategi ini dapat dibagi dalam tiga tahap besar. Tahap pertama, pada periode 2025–2027, berfokus pada penguatan kapasitas produksi dan standardisasi kualitas. Mengingat mayoritas produksi berasal dari perkebunan rakyat dengan produktivitas rendah, program peremajaan kelapa menjadi prioritas utama. Konsorsium Kelapa Bulat Indonesia (KKBI) dapat dibentuk sebagai lembaga koordinasi yang mengintegrasikan kebijakan pemerintah, standar kualitas, serta promosi ekspor. Pendekatan *whole-of-government* dan *whole-of-society* penting agar seluruh aktor—pemerintah, petani, swasta, dan masyarakat sipil—dapat bersinergi dalam pengelolaan industri santan.

Tahap kedua, pada periode 2028–2030, diarahkan pada pengembangan infrastruktur pengolahan dan distribusi terintegrasi. Dengan mencontoh APEAM di Meksiko, Indonesia dapat membentuk Badan Koordinator Industri Kelapa Indonesia (BKIKI) yang menghubungkan petani, pengolah, dan eksportir. Optimalisasi surplus produksi hanya mungkin dicapai jika ada sinergi dari hulu hingga hilir. Digitalisasi rantai pasok berbasis *blockchain* perlu diterapkan untuk menjamin kualitas, *traceability*, dan sertifikasi internasional seperti *FSSC 22000* serta *HACCP*. Strategi ini juga berfungsi sebagai akselerator transformasi dari ekspor bahan mentah menuju produk olahan bernilai tambah. Pengembangan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) berbasis kelapa di sentra produksi utama seperti Riau dan Sulawesi Utara dapat mendorong efisiensi logistik sekaligus memperkuat daya saing global.

Tahap ketiga, pada periode 2031–2033, menekankan inovasi produk dan hilirisasi. Tren makanan sehat dan ramah lingkungan menjadi arah pengembangan industri santan Indonesia. Produk turunan seperti santan bubuk, konsentrat protein kelapa, hingga probiotik berbasis santan dapat menjadi *game changer* dalam rantai nilai global. Kolaborasi *triple helix* antara akademisi, industri, dan pemerintah akan mendorong lahirnya pusat riset unggulan di sentra produksi. Dengan demikian, Indonesia tidak hanya mengekspor bahan baku, tetapi juga menjadi produsen inovasi kuliner berbasis kelapa yang berdaya saing tinggi.

Efektivitas implementasi Santan-Diplomacy dapat diukur melalui indikator yang jelas, seperti peningkatan produktivitas perkebunan rakyat dari 1,12 ton per hektar menjadi di atas 1,5 ton per hektar, pertumbuhan signifikan volume ekspor santan setiap tahun, serta komposisi ekspor produk olahan yang mencapai 70 persen dari total ekspor kelapa. Untuk mendukung hal ini, diperlukan kebijakan komprehensif berupa insentif fiskal, perlindungan indikasi geografis, fasilitasi ekspor, dan penguatan kapasitas sumber daya manusia.

Pengalaman Meksiko melalui Guacamole-Diplomacy menunjukkan bahwa keberhasilan diplomasi pangan tidak terlepas dari tata kelola yang berkelanjutan. Oleh sebab itu, Indonesia perlu belajar dari kasus Meksiko, khususnya dalam menghindari dampak negatif berupa deforestasi, konflik sosial, dan infiltrasi aktor kriminal. Santan-Diplomacy harus dibangun sejak awal dengan fondasi keberlanjutan, inklusivitas, dan ketahanan sosial-ekologis agar mampu menjadi instrumen diplomasi yang kuat dan berkelanjutan.

Pada kerangka *soft power*, keberhasilan memengaruhi preferensi publik dan regulator asing bertumpu pada daya tarik nilai, budaya, dan kebijakan yang dianggap sah (*legitimate*) dan bukan pada paksaan atau transaksi semata (Nye, 2004). *Gastrodiplomasi* memanfaatkan makanan sebagai medium naratif yang mudah diakses, membangun kedekatan emosional dan rasa keakraban lintas batas (Rockower, 2012). Untuk Indonesia, santan menyimpan tiga lapis daya tarik: ia otentik secara kuliner (ragam hidangan Nusantara yang berbasis santan), relevan

dengan tren diet global berbasis nabati, dan memiliki pijakan material pada keunggulan komparatif kelapa Indonesia. Agar daya tarik ini bertransformasi menjadi *soft power*, Indonesia memerlukan arsitektur kebijakan yang mengintegrasikan produksi, standardisasi, narasi

budaya, dan kanal promosi global. Di sinilah analisis perbandingan memberi alat untuk menyalin-ubah (*translate-and-transform*) pelajaran dari Meksiko.

Pendekatan perbandingan yang pertama, yaitu dengan metode *most similar systems design* (MSSD), dapat bermanfaat karena Indonesia dan Meksiko sama-sama mengangkat satu komoditas pangan sebagai ikon diplomasi dengan tujuan penguatan ekspor, promosi identitas kuliner, dan penciptaan nilai tambah hilir. Keduanya juga berhadapan dengan pasar Amerika Serikat dan Eropa yang memiliki regulasi ketat, sehingga faktor penghalang masuk (*barrier to entry*) bersifat serupa: standar keamanan pangan, isu keberlanjutan, dan konsistensi pasokan (Przeworski & Teune, 1970). Namun, meski konfigurasi tujuan dan hambatan mirip, terdapat variabel kunci yang membedakan hasil yang dapat diisolasi melalui MSSD. Pada Meksiko, liberalisasi pascaperjanjian *NAFTA* menjadi *shock* institusional yang membuka keran permintaan, dibarengi lobi terkoordinasi produsen yang menghapus pembatasan fitosanitari dan menstandarkan mutu ekspor (Stanford, 2002). Dampaknya adalah lonjakan volume, perluasan areal tanam, dan integrasi rantai nilai melalui APEAM sebagai *meta-institusi* yang memediasi kepentingan petani, pengepak, eksportir, dan otoritas pengawas (Larragoiti, 2023). Indonesia belum memiliki “momen *NAFTA*”, tetapi justru ini memberi peluang merancang kebijakan berasal dari *design space* yang lebih sadar risiko dengan memasukkan pagar pembatas keberlanjutan sejak hulu, menghindari eksternalitas negatif seperti deforestasi di Michoacán (Mas et al., 2017; Denvir et al., 2022).

Sebaliknya, *most different systems design* (MDSD) menyorot paradoks menarik: Meksiko dan Indonesia berbeda dari sisi struktur agraria, rezim perdagangan, dan historis industrialisasi pangan; namun keduanya berupaya menghasilkan keluaran serupa, yaitu komoditas kuliner yang menjadi *cultural shorthand* di pasar global (Przeworski & Teune, 1970). Guacamole diposisikan bukan sekadar saus alpukat, melainkan simbol gaya hidup, tayang di iklan *Super Bowl*, menempel pada jejaring restoran *Tex-Mex*, dan menjadi “bahasa bersama” pop culture Amerika Utara (De La Cuadra, 2024). Di sini, kunci *MDSD* adalah menemukan faktor pemersatu lintas perbedaan: 1) *Narrative fit*, yaitu cerita yang mudah dipahami konsumen; 2) *Platformization*—kehadiran pada panggung budaya massal; 3) *Institutional brokerage*, yakni lembaga yang menerjemahkan standar, logistik, dan promosi menjadi satu paket kebijakan.

Ketiganya dapat diadaptasi ke santan, narasi “rasa rumah Nusantara” yang sehat dan nabati; orkestrasi kehadiran di festival kuliner global, *food media*, dan kolaborasi *plant-based*, serta pembentukan konsorsium yang menyatukan sertifikasi, *traceability*, dan kampanye internasional.

Pada titik ini, *concept formation across contexts* menjadi prasyarat agar perbandingan tidak terjebak pada kesalahan ekivalensi konsep (Sartori, 1994; Adcock & Collier, 2001). Guacamole di Meksiko beroperasi sebagai “komoditas budaya siap saji” dengan produk akhir yang langsung bertumbuh dalam pengalaman konsumen. Santan, berbeda, adalah *ingredient platform*, ia hadir sebagai bahan dasar yang memediasi aneka hidangan (rendang, gulai, dessert tropis, hingga kopi dengan santan). Konsekuensinya, strategi komodifikasi budayanya tidak bisa meniru mentah pemosisian guacamole yang bersifat *end-product*. Santan perlu ditampilkan sebagai *cultural enabler*, medium yang “mengindonesiakan” berbagai kuliner dunia melalui cita rasa kremi nabati. Dengan lensa ini, brand *architecture* Santan-Diplomacy seyogianya menonjolkan dua lapisan narasi: lapisan *origin storytelling* (“santan dari negeri kelapa”) dan lapisan *culinary remixer* (kolaborasi *plant-based lattes*, *pastry*, dan *ready-to-cook* bumbu Nusantara). Pendekatan ini menjaga validitas konseptual yaitu kita tidak memaksa santan menjadi “saudara kembar” guacamole, melainkan mitra kategoris dengan fungsi budaya berbeda.

Keberhasilan Meksiko juga memberi pelajaran struktur kelembagaan. APEAM bertindak sebagai *clearing house* standardisasi, diplomasi regulasi, dan promosi terpadu melalui hasil, ekspor melonjak berlipat dan status “*Avocados From Mexico*” terkunci dalam memori budaya pop (Larragoiti, 2023). Namun, dorongan volume yang tidak dibatasi penyangga ekologis memunculkan *backlash*: deforestasi, konflik atas air, dan rente kriminal dalam bentuk pemerasan pada rantai pasok (Barsimantov & Navia Antezana, 2012; Maldonado Aranda, 2013). Analisis perbandingan menuntun Indonesia untuk memasang guardrails sejak awal. Konsorsium Kelapa Bulat Indonesia (KKBI) perlu didesain sebagai *dual-mandate institution*: promosi ekspor sekaligus pengawas keberlanjutan yang mengikat akses pasar premium pada bukti *traceability*, sertifikasi lingkungan, dan *zero-deforestation pledge*. Maka, dengan begitu, *soft power* tidak hanya memikat konsumen, tetapi juga regulator dan LSM lingkungan, basis legitimasi yang memperkuat daya tarik (Nye, 2004).

Dimensi budaya populer adalah lensa kunci lainnya. Guacamole menempel pada ritual menonton *sports entertainment* dan *snacking culture* Amerika; popularitasnya didorong *placement* di jaringan ritel dan acara budaya massal (De La Cuadra, 2024). Untuk santan, *cultural plumbing*-nya berbeda, ia bisa mengalir melalui tren *third-wave coffee* (minuman berbasis santan), *vegan baking*, *functional beverages*, serta festival film/ musik Asia di kota-kota global. Analisis perbandingan menyarankan *fit-for-platform strategy*, jika guacamole menanjak bersama *stadium culture*, santan dapat naik bersama *café culture* dan *wellness movement*. Di sinilah gastrodiplomasi bekerja: kedutaan dan ITPC dapat bermitra dengan jaringan *specialty coffee*, *plant-based chains*, dan *food creators* lintas benua. Kampanye “Coconut Milk From Indonesia” bisa dibangun sebagai *ingredient-first brand* yang menonjolkan *versatility* dan keberlanjutan, sementara *halo effect*-nya dipanen oleh rendang, soto betawi, atau *dessert* es teler sebagai duta rasa.

Melalui kacamata perbandingan, kita juga membaca *policy sequencing*. Meksiko mengalami “liberalisasi dulu, mitigasi kemudian” mendorong ledakan sebelum pagar ekologi tertata (Mas et al., 2017; Denvir et al., 2022). Indonesia berkesempatan membalik urutan: *sustainability- first industrial policy*. KKBI mengintegrasikan peremajaan kelapa rakyat, *smallholder inclusion*, *skema floor price* untuk kestabilan pendapatan, dan investasi *cold chain* serta *UHT processing* guna menjaga konsistensi mutu. Regulasi ekspor diikat pada *due diligence* lingkungan menjadikan keberlanjutan sebagai tiket masuk pasar premium, bukan beban tambahan. Urutan ini penting bagi *soft power* yaitu ketika narasi “negeri kelapa berkelanjutan” konsisten dengan bukti, kepercayaan publik internasional meningkat, mengonversi simpati menjadi preferensi pasar dan *policy goodwill* (Nye, 2004; Rockower, 2012).

Akhirnya, perbandingan menajamkan desain narasi. Guacamole berhasil karena sederhana, *shareable*, dan *ritualized*, mudah difoto, mudah dibagi, mudah diasosiasikan dengan momen gembira. Santan perlu “menciptakan ritual” yang serupa yakni, *Coconut Friday* di *coffee chains*, menu edisi terbatas di *plant-based diners*, dan *chef collaborations* yang menjadikan santan sebagai tanda tangan rasa Indonesia. Bila ritual ini dipupuk konsisten, santan bertransformasi dari sekadar bahan menjadi ikon dengan cerita dan makna. Di saat yang sama, *feedback loop* kebijakan standar mutu, *traceability*, dan promosi, membuat kisah itu berulang dan membesar. Dengan begitu, Santan-Diplomacy bekerja sebagai *soft power flywheel*: budaya menciptakan permintaan; permintaan memicu investasi dan peningkatan

standar; standar memperkuat legitimasi; legitimasi memperluas citra; dan citra kembali mengangkat budaya.

Berpijak pada pelajaran Meksiko namun masih dengan menjaga ekivalensi konsep, Indonesia dapat mengemas santan bukan sebagai replika guacamole, melainkan ikon dengan logika budaya sendiri. Di sinilah kekuatan analisis perbandingan: ia tidak sekadar menyaring kesamaan, tetapi menata perbedaan agar menjadi keunggulan strategis (Lijphart, 1971; 1999). Santan-Diplomacy, jika dirancang dengan *sustainability-first sequencing*, *ingredient-platform branding*, dan *institutional brokerage* yang kuat, berpotensi menjadikan Indonesia bukan hanya pemasok bahan baku, melainkan produsen makna bahwa sebuah sumber *soft power* yang tahan banting.

Kesimpulan

Santan-Diplomacy menawarkan strategi transformatif bagi rantai pasok kelapa Indonesia dengan mengintegrasikan tiga elemen kritis: standardisasi produk, pembentukan badan koordinator melalui Badan Koordinator Industri Kelapa Indonesia (BKIKI), dan pengembangan narasi kultural yang berkelanjutan. Dengan merujuk pada model Guacamole-Diplomacy di Meksiko, pendekatan ini diarahkan untuk menggeser posisi Indonesia dari sekadar eksportir komoditas hulu menjadi eksportir produk hilir yang memiliki nilai tambah tinggi. Strategi Santan-Diplomacy yang dirancang dengan baik akan memberikan dampak signifikan terhadap dimensi ekonomi, geopolitik, dan sosio-kultural Indonesia.

Secara ekonomi, Santan-Diplomacy berpotensi menjadi instrumen kebijakan yang memecahkan masalah struktural sektor kelapa Indonesia yang selama ini terjebak dalam *commodity trap*. Indonesia memang produsen kelapa terbesar di dunia, tetapi ironi besarnya adalah kontribusi produk kelapa olahan terhadap ekspor masih relatif rendah. Ekspor Indonesia masih didominasi oleh kopra, minyak mentah kelapa, dan produk primer lain yang nilainya sangat bergantung pada fluktuasi harga global. Santan sebagai produk olahan bernilai tambah tinggi memberi peluang bagi Indonesia untuk meningkatkan devisa sekaligus memperkuat daya saing global. Melalui standardisasi yang mengacu pada standar internasional seperti

HACCP, *ISO*, dan sertifikasi organik, santan Indonesia dapat menembus pasar premium di Eropa, Amerika Serikat, hingga Asia Timur. Ketika produk Indonesia sudah mampu menembus segmen konsumen dengan daya beli tinggi, maka nilai ekspor akan meningkat secara signifikan, tidak lagi bergantung pada volatilitas pasar komoditas mentah. Dengan kata lain, Santan-Diplomacy dapat berfungsi sebagai strategi industrialisasi sektor perkebunan yang mengubah paradigma dari volume ke nilai.

Selain itu, dalam konteks ekonomi domestik, Santan-Diplomacy memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan petani kecil yang selama ini terpinggirkan. Sekitar 98 persen kebun kelapa di Indonesia dikelola oleh perkebunan rakyat dengan produktivitas rendah. Melalui koordinasi BKIKI dan penerapan standarisasi, petani akan terhubung ke rantai nilai global dengan posisi tawar yang lebih baik. Sistem *traceability* berbasis digital memungkinkan keterlacakan produk dari petani ke konsumen, sehingga memberi insentif bagi petani untuk menjaga kualitas dan beralih ke praktik berkelanjutan. Lebih jauh, melalui *profit-sharing model*, petani tidak hanya menjadi pemasok bahan mentah tetapi juga pemilik nilai dalam rantai pasok. Transformasi ini tidak hanya mengurangi kesenjangan ekonomi, tetapi juga memperkuat inklusivitas pembangunan, yang pada gilirannya mendukung stabilitas sosial.

Dari perspektif geopolitik, Santan-Diplomacy dapat memperluas *strategic leverage* Indonesia dalam diplomasi internasional. Makanan, sebagaimana ditekankan oleh teori *soft power* Joseph Nye, memiliki kemampuan untuk menciptakan daya tarik dan legitimasi yang tidak bisa dihasilkan oleh kekuatan militer atau ekonomi semata. Seperti Meksiko yang mampu menjadikan guacamole sebagai simbol budaya yang mengangkat citra nasional di Amerika Serikat, Indonesia juga dapat menggunakan santan sebagai medium diplomasi budaya. Dalam hal ini, santan bukan sekadar produk pangan, tetapi juga narasi identitas kuliner Nusantara yang kaya dan otentik. Diplomasi melalui santan membuka ruang kerja sama baru dengan negara- negara konsumen utama, tidak hanya di bidang perdagangan, tetapi juga dalam isu keberlanjutan, ketahanan pangan, dan pertukaran budaya.

Lebih jauh, dalam konteks geopolitik Asia Tenggara, keberhasilan Indonesia mengangkat santan sebagai ikon global dapat memperkuat posisi regionalnya. Negara-negara tetangga seperti Filipina, Thailand, dan Malaysia juga merupakan produsen kelapa, tetapi belum memiliki strategi diplomasi yang komprehensif berbasis satu produk turunan. Jika

Indonesia berhasil mengklaim posisi sebagai pusat inovasi kuliner berbasis santan, maka dominasi regional dalam rantai pasok kelapa dapat diarahkan pada kepemimpinan Indonesia. Hal ini bukan hanya soal ekonomi, melainkan juga citra internasional. Santan akan menjadi “bahasa diplomasi” baru yang mempertegas peran Indonesia sebagai *middle power* yang memanfaatkan kekuatan budaya untuk memperluas pengaruh globalnya.

Aspek sosio-kultural dari Santan-Diplomacy tidak kalah penting. Narasi kuliner merupakan salah satu instrumen terkuat untuk membangun kedekatan emosional lintas bangsa. Seperti halnya guacamole yang berhasil masuk ke dalam budaya populer Amerika melalui iklan Super Bowl dan restoran Tex-Mex, santan dapat dipromosikan sebagai elemen kultural yang memperkaya pengalaman kuliner global. Dalam hal ini, santan memiliki fleksibilitas yang tinggi. Ia tidak hanya hadir dalam makanan tradisional Indonesia, tetapi juga dapat bertransformasi menjadi bagian dari tren global seperti kopi santan, makanan *vegan*, *plant-based desserts*, hingga produk nutrisi fungsional. Fleksibilitas ini memungkinkan santan menembus berbagai lapisan masyarakat global, dari pecinta kuliner tradisional hingga generasi muda urban yang peduli gaya hidup sehat. Selain itu, Santan-Diplomacy dapat berfungsi sebagai instrumen narasi kebudayaan yang mengangkat identitas Nusantara di panggung internasional. Selama ini, makanan Indonesia masih kalah populer dibandingkan kuliner Asia lainnya seperti sushi Jepang, kimchi Korea, atau tom yum Thailand. Santan dapat menjadi pintu masuk untuk memperkenalkan keragaman kuliner Nusantara, mengingat hampir seluruh daerah di Indonesia memiliki hidangan khas berbasis santan. Narasi ini bukan hanya soal makanan, melainkan juga kisah budaya, sejarah, dan keberagaman masyarakat Indonesia. Dengan kata lain, santan dapat menjadi simbol persatuan dalam keberagaman, sekaligus alat promosi pariwisata yang memperkuat daya tarik Indonesia sebagai destinasi global.

Analisis perbandingan dengan Guacamole-Diplomacy di Meksiko memperlihatkan pelajaran berharga. Guacamole sukses bukan hanya karena kualitas avokado Meksiko, melainkan juga karena adanya lembaga kuat seperti APEAM yang mengintegrasikan produksi, standardisasi, dan promosi. Namun, keberhasilan ini datang dengan konsekuensi serius, yaitu deforestasi besar-besaran, konflik agraria, dan infiltrasi kelompok kriminal dalam rantai pasok. Dari sinilah Indonesia harus belajar: Santan-Diplomacy harus dirancang sejak awal dengan fondasi keberlanjutan yang kuat. Narasi keberlanjutan bukan hanya

strategi pemasaran, tetapi juga syarat legitimasi di pasar global yang semakin sensitif terhadap isu lingkungan. Dengan menjaga ekosistem, memastikan inklusivitas petani kecil, dan meminimalkan konflik sosial, Santan-Diplomacy dapat menghindari jebakan yang dialami Meksiko.

Lebih jauh, analisis perbandingan juga menegaskan bahwa santan dan guacamole beroperasi dalam logika budaya yang berbeda. Guacamole adalah produk siap saji yang dengan mudah diasosiasikan dengan momen kolektif seperti menonton olahraga atau pesta. Santan, sebaliknya, adalah *ingredient platform* yang berfungsi sebagai medium bagi berbagai hidangan. Perbedaan ini menuntut strategi diplomasi yang berbeda. Alih-alih mencoba menjadikan santan sebagai “produk akhir” seperti guacamole, Indonesia perlu menekankan santan sebagai *cultural enabler*—bahan yang memungkinkan terjadinya inovasi kuliner lintas budaya. Dengan demikian, santan tidak diposisikan sebagai pesaing langsung produk global tertentu, melainkan sebagai elemen yang memperkaya pengalaman kuliner dunia. Strategi ini sekaligus memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat kreativitas gastronomi yang unik.

Dari perspektif jangka panjang, Santan-Diplomacy memiliki potensi membentuk *flywheel effect* yang memperkuat daya saing nasional. Ketika santan semakin dikenal di panggung internasional, permintaan global akan meningkat. Peningkatan permintaan ini akan mendorong investasi dalam industri pengolahan dan standardisasi, yang pada gilirannya meningkatkan kualitas dan daya saing produk. Kualitas yang lebih tinggi akan memperkuat kepercayaan konsumen global, memperluas pasar, dan menciptakan siklus pertumbuhan yang berkelanjutan. Dalam kerangka ini, Santan-Diplomacy bukan sekadar strategi ekspor, melainkan strategi pembangunan nasional yang menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi, inklusi sosial, dan keberlanjutan lingkungan.

Kesimpulannya, Santan-Diplomacy bukan hanya inovasi kebijakan dalam pengelolaan komoditas kelapa, tetapi juga strategi diplomasi yang memadukan dimensi ekonomi, geopolitik, dan sosio-kultural. Dari segi ekonomi, ia menjanjikan transformasi dari eksportir komoditas hulu menjadi eksportir produk hilir bernilai tinggi. Dari segi geopolitik, ia memperluas *soft power* Indonesia dan memperkuat posisinya sebagai pemimpin regional. Dari segi sosio-kultural, ia membuka ruang untuk mengangkat identitas kuliner Nusantara ke panggung global. Analisis perbandingan dengan Guacamole-Diplomacy Meksiko memperlihatkan bahwa keberhasilan hanya mungkin tercapai jika Indonesia mampu

mengintegrasikan standardisasi, kelembagaan, dan narasi kultural yang berkelanjutan. Dengan demikian, Santan-Diplomacy dapat menjadi tonggak baru dalam strategi pembangunan dan diplomasi Indonesia 2025–2033, menjadikan santan bukan sekadar komoditas, tetapi simbol daya tarik dan kekuatan Indonesia di mata dunia.

- Larragoiti, J. (2023). APEAM and the global avocado boom. *Harvard Business School Case Collection*, 724-013.
- Lijphart, A. (1971). Comparative politics and the comparative method. *American Political Science Review*, 65(3), 682–693. <https://doi.org/10.2307/1955513>
- Lijphart, A. (1999). *Patterns of democracy: Government forms and performance in thirty-six countries*. Yale University Press.
- Maldonado Aranda, S. (2013). Stories of drug trafficking in rural Mexico. *European Review of Latin American and Caribbean Studies*, 95, 71–90. <https://www.jstor.org/stable/23408421>
- Mas, J.-F., Velázquez, A., Díaz-Gallegos, J. R., Mayorga-Saucedo, R., Alcántara, C., Bocco, G., Castro, R., Fernández, T., & Pérez-Vega, A. (2017). Evaluación de las tasas de deforestación en Michoacán a escala detallada mediante un método híbrido de clasificación de imágenes SPOT. *Madera y Bosques*, 23(2), 119–131. <https://doi.org/10.21829/myb.2017.2321472>
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.
- Nye, J. S., Jr. (2008). Public diplomacy and soft power. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 94–109. <https://doi.org/10.1177/0002716207311699>
- Przeworski, A., & Teune, H. (1970). *The logic of comparative social inquiry*. Wiley-Interscience.
- Rockower, P. S. (2012). Recipes for gastrodiploacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 8(3), 235–246. <https://doi.org/10.1057/pb.2012.17>
- Sekretariat Jenderal Kementerian Pertanian. (2023). *Buku outlook komoditas perkebunan kelapa*. Kementerian Pertanian Republik Indonesia. https://satudata.pertanian.go.id/assets/docs/publikasi/FINAL_OUTLOOK_KELAPA_2023_TTD.pdf
- Stanford, L. (2002). Constructing “quality”: The political economy of standards in Mexico’s avocado industry. *Agriculture and Human Values*, 19(4), 293–310. <https://doi.org/10.1023/A:1021196219849>
- Straits Research. (2024). *Coconut milk market insights*. Straits Research. <https://straitsresearch.com/report/coconut-milk-market>
- Veganising It. (2025). Vegan food statistics & trends 2025. *Veganising It*. <https://www.veganisingit.com/vegan-food-statistics-trends-2025/>
- Villanueva Tomas, L., & Anaya, J. A. Z. (2018). Avocado production in the state of Michoacán and its effects on poverty rates, changes in land use and migration. *Revista Mexicana Sobre Desarrollo Local*, 0, 1–25.

Widi, H. (2024). Kementan: Neraca kelapa masih surplus, pembatasan ekspor perlu kajian. *Kompas*. [https://www.kompas.id/artikel/kementan-neraca-kelapa-masih-surplus-pembatasan- ekspor-perlu-kajian](https://www.kompas.id/artikel/kementan-neraca-kelapa-masih-surplus-pembatasan-ekspor-perlu-kajian)

Yanuar, Y. (2024). Sri Mulyani: Target pendapatan negara 2025 Rp3 ribu T, digenjot dari pajak dan utang Rp700 T. *Tempo*. <https://www.tempo.co/ekonomi/sri-mulyani-target-pendapatan-negara-2025-rp3-ribu-t-digenjot-dari-pajak-dan-utang-rp700>