

**UPAYA DIPLOMASI KOMERSIAL INDONESIA DALAM
MENDUKUNG KERJA SAMA PERDAGANGAN ANTARA PT
KEKEAN PRIMANDA INDONESIA DENGAN CHRISTIAN
DIOR COUTURE**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk
memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)
dalam bidang Hubungan Internasional**



Oleh:

TRISKA YULIANANDA

NIM I72219053

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
APRIL 2023**

PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN PENULIS

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Triska Yuliananda

NIM : I72219053

Program Studi : Hubungan Internasional

Judul Skripsi : **“Upaya Diplomasi Komersial Indonesia dalam Mendukung Kerja Sama Perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture”**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.
3. Apabila skripsi ini di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi yang terjadi.

Surabaya, 31 Maret 2023



Triska Yuliananda
NIM I72219053

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Triska Yuliananda

NIM : I72219053

Program Studi : Hubungan Internasional

yang berjudul: **“Upaya Diplomasi Komersial Indonesia dalam Mendukung Kerja Sama Perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture”**, saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah diperbaiki dan dapat diajukan dalam rangka memperoleh gelar sarjana Sosial (S.Sos.) dalam bidang Hubungan Internasional.

Surabaya, 30 Maret 2023

Pembimbing



Rizki Rahmadini Murika, S.Hub.Int., M.A.
NIP 199003252018012001

PENGESAHAN

Skripsi oleh Triska Yuliananda dengan judul “Upaya Diplomasi Komersial Indonesia dalam Mendukung Kerja Sama Perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture” telah dipertahankan dan dinyatakan lulus di depan Tim Penguji Skripsi pada tanggal 27 April 2023.

TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji I



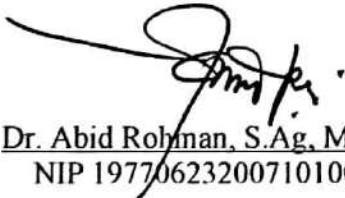
Rizki Rahmadini Nurika, S.Hub.Int., M.A.
NIP 199003252018012001

Penguji II



M. Qobidl 'Ainul Arif, S.I.P., M.A., CIQnR.
NIP 198408232015031002

Penguji III



Dr. Abid Rohman, S.Ag, M.Pd.I.
NIP 197706232007101006

Penguji IV



Dra. Wahidah Zein Br Siregar, M.A., Ph.D.
NIP 196901051993032001

Surabaya, 27 April 2023

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Dekan



Dr. Abdul Chalik, M.Ag.
NIP 197306272000031002

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : TRISKA YULIANANDA
NIM : 172219093
Fakultas/Jurusan : FISIP / HUBUNGAN INTERNASIONAL
E-mail address : triskananda0701@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

UPAYA DIPLOMASI KOMERSIAL INDONESIA DALAM Mendukung
KERJA SAMA PERDAGANGAN ANTARA PT KEKEAN PRIMANDA
INDONESIA DENGAN CHRISTIAN DIOR COUTURE

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 2 Mei 2023

Penulis



(TRISKA YULIANANDA)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRACT

Triska Yuliananda, 2023. *Indonesian Commercial Diplomacy Efforts in Supporting Trade Cooperation between PT Kekean Primanda Indonesia and Christian Dior Couture. Undergraduate Thesis for International Relations Program, Faculty of Social and Political Sciences, UIN Sunan Ampel Surabaya*

Keywords: *Commercial Diplomacy, Kekean Primanda Indonesia Ltd, Trade Cooperation.*

This research discusses about how Indonesia's commercial diplomacy efforts in supporting trade cooperation between Kekean Primanda Indonesia Ltd. and Christian Dior Couture. This research uses qualitative approach and descriptive type of research with data collection techniques through interviews and documentation. The researcher uses interactive model data analysis technique by Miles and Huberman. This research finds that commercial diplomacy efforts by Indonesian government regarding this issue include, first, collects information relates to business opportunities with Christian Dior Couture. Second, brings together potential business partners by making recommendations. Third, facilitates and bridges all communications between Kekean Primanda Indonesia Ltd. and Christian Dior Couture. Fourth, give financial support for the shipping cost of Kekean Primanda Indonesia Ltd sample product to Christian Dior Couture.

ABSTRAK

Triska Yuliananda, 2023. *Upaya Diplomasi Komersial Indonesia dalam Mendukung Kerja Sama Perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture. Skripsi Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Ampel Surabaya.*

Kata Kunci: *Diplomasi Komersial, Kerja Sama Perdagangan, PT Kekean Primanda Indonesia.*

Penelitian ini membahas tentang bagaimana upaya diplomasi komersial Indonesia dalam mendukung kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Peneliti menggunakan teknik analisis data model interaktif oleh Miles dan Huberman. Penelitian ini menemukan bahwa upaya diplomasi komersial yang dilakukan pemerintah Indonesia terkait isu ini antara lain, pertama, mengumpulkan informasi terkait peluang bisnis dengan Christian Dior Couture. Kedua, menyatukan calon mitra bisnis dengan membuat rekomendasi. Ketiga, memfasilitasi dan menjembatani segala komunikasi antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture. Keempat, memberikan bantuan biaya pengiriman sampel produk PT Kekean Primanda Indonesia kepada Christian Dior Couture.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN PENULIS.....	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Tinjauan Pustaka	12
F. Argumentasi Utama.....	28
G. Sistematika Pembahasan	29
BAB II LANDASAN KONSEPTUAL.....	32
A. Upaya.....	32
B. Diplomasi Komersial.....	33
C. Model Diplomasi Komersial oleh Potter.....	40
D. Kerja Sama Perdagangan.....	46
E. PT Kekean Primanda Indonesia	53

F. Christian Dior Couture	54
BAB III METODE PENELITIAN	56
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	56
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	59
C. Subjek Penelitian dan Tingkat Analisis (<i>Level of Analysis</i>).....	60
D. Tahap-Tahap Penelitian	63
E. Teknik Pengumpulan Data	66
F. Jenis dan Sumber Data	70
G. Teknik Analisis Data	71
H. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	74
BAB IV PEMBAHASAN.....	78
A. Profil PT Kekean Primanda Indonesia	78
B. Kesepakatan Kerja Sama antara PT Kekean Primanda Indonesia dan Christian Dior Couture	83
C. Diplomasi Komersial oleh Pemerintah Indonesia terhadap Christian Dior Couture	94
BAB V PENUTUP.....	113
A. Kesimpulan.....	113
B. Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN.....	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Value Chain of Commercial Diplomacy</i>	41
Gambar 3.1 Komponen Analisis Data Model Interaktif Miles dan Huberman	72



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hingga saat ini, tidak dapat dipungkiri bahwa industri yang bergerak di bidang tekstil dan produk tekstil (TPT) memiliki prospek yang luar biasa. Industri TPT merupakan industri tertua yang tersebar di penjuru dunia. Tak hanya itu, bahkan industri di bidang ini juga sangat kompleks dan kompetitif.² Industri TPT kini telah berkembang pesat dan menjadi pasar global yang besar serta mampu mempengaruhi setiap negara di dunia baik secara langsung maupun tidak. Industri tekstil global telah diperkirakan mencapai sekitar USD 920 miliar dan diproyeksikan mencapai sekitar USD 1.230 miliar pada tahun 2024 dengan tingkat pertumbuhan pertahun atau *Compound Annual Growth Rate* (CAGR) sekitar 4,4%.³

Di Indonesia, industri TPT menjadi salah satu sektor industri yang memiliki peran penting bagi perekonomian negara. Hal ini dikarenakan sektor industri ini menjadi salah satu penghasil devisa negara terbesar dengan memberi kontribusi hampir sekitar 1,25 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Di samping itu, sektor industri TPT juga menjadi

² B. Purushothama, *Solutions to Problems in Textile and Garment Industry*, (New Delhi: Woodhead Publishing India PVT LTD, 2015), 1–2, <https://doi.org/10.1201/b18992>.

³ Hernaldo Turillo, "Global Textile Industry Overview: China, the U.S. and Europe Dominates the Market," fashionabc, accessed October 26, 2022, <https://www.fashionabc.org/global-textile-industry-overview-china-u-s-europe-dominates-market/>.

industri yang menyediakan lapangan pekerjaan bagi lebih dari 3,7 juta masyarakat Indonesia.⁴

Pada tahun 2019, industri TPT Indonesia mengalami pertumbuhan positif dengan nilai ekspor sebesar USD 12,89 miliar. Di samping itu, Indonesia juga menjadi eksportir tekstil dan pakaian jadi terbesar ke-12 dengan tujuan ekspor utama yaitu termasuk Amerika Serikat, Uni Eropa, dan Timur Tengah.⁵ Namun, adanya wabah virus Covid-19 yang muncul pertama kali di kota Wuhan, China pada akhir tahun 2019 telah menjadi sebuah permasalahan global yang memberikan dampak serius terhadap berbagai bidang kehidupan, termasuk salah satunya yaitu pada industri TPT di dunia. Menurut studi *International Labour Organization* (ILO), perdagangan tekstil global mengalami keterpurukan selama paruh pertama tahun 2020. Tak hanya itu, ekspor ke wilayah Uni Eropa, Amerika Serikat dan Jepang juga turun sekitar 70%. Adapun rantai pasokan juga terganggu karena adanya pembatasan perdagangan. Di sisi lain, konsumsi juga turut menurun akibat aktivitas penguncian yang diberlakukan oleh pemerintah secara global.⁶

Termasuk di Indonesia, sektor industri TPT Indonesia juga mengalami dampak yang cukup berat akibat terjadinya pandemi Covid-19. Tidak sedikit

⁴ Indonesia Investment, "Textile and Garment Industry of Indonesia; More than Just Clothes, but Challenges Persist," Indonesia Investments.com, accessed October 30, 2022, <https://www.indonesia-investments.com/id/news/todays-headlines/textile-and-garment-industry-of-indonesia-more-than-just-clothes-but-challenges-persist/item9405>.

⁵ Mordor Intelligence, "Indonesia Textiles Industry Statistic (2022-2027)," Mordor Intelligence, accessed October 31, 2022, <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/indonesia-textiles-industry>.

⁶ The Business Research Company, "Textile Market Size 2022 and Growth Analysis," The Business Research Company, accessed October 26, 2022, <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/textile-global-market-report>.

industri TPT di Indonesia yang mengalami penurunan jumlah produksi, gangguan arus kas, jumlah permintaan produk yang menurun, penurunan jumlah tenaga kerja, juga nilai ekspor yang turun sebagai akibat dari terjadinya pandemi global. Sesuai dengan data oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia, tercatat bahwa terjadi pertumbuhan negatif pada sektor industri TPT yaitu sebesar -8,88% di tahun 2020.⁷ Diketahui bahwa penurunan nilai ekspor produk tekstil Indonesia pada tahun 2020 lalu mencapai sebesar USD 2,26 miliar (17,55%), dari yang semula sebesar USD 12,89 miliar pada tahun 2019 menjadi sebesar USD 10,63 miliar di tahun 2020.⁸ Tidak dapat dielak lagi bahwa industri TPT Indonesia mengalami tekanan akibat dari pandemi Covid-19.

Pada dasarnya, produk tekstil Indonesia menjadi salah satu produk yang banyak diminati oleh masyarakat mancanegara. Kualitas beserta keunikan produk yang juga memuat tradisi kearifan lokal menjadi salah satu daya tarik produk tekstil asal Indonesia. Tidak hanya bagi masyarakat mancanegara, bahkan *brand fashion* terkenal asal luar negeri pun juga turut melirik produk tekstil asal Indonesia. Terkait hal ini, diketahui terdapat beberapa industri TPT Indonesia yang melakukan kerja sama dengan *brand fashion* asal luar negeri. Seperti halnya PT Sri Rejeki Isman (Sritex) di Jawa Tengah yang

⁷ Canting News, "The Crisis of Textile and Apparel Industry in Indonesia," Visi Global, accessed October 26, 2022, <https://visiglobal.co.id/cantingnews/the-crisis-of-textile-and-apparel-industry-in-indonesia/2021/05/>.

⁸ Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, "Mendorong Kinerja Industri Tekstil Dan Produk Tekstil Di Tengah Pandemi," 3rd ed., 2021, 15, <https://kemenperin.go.id/download/26656/Buku-Analisis-Industri-Tekstil-dan-Produk-Tekstil-2021>.

bekerja sama dengan *brand* Zara, Walmart, dan Guess.⁹ Adapula PT Sinar Para Taruna (Sipatatex Group) di Bandung yang juga menjadi penyuplai *brand fashion* H&M, Walmart, Uniqlo dan Victoria's Secret.¹⁰ PT Pan Brothers, Tbk juga menjadi pemasok produk untuk merek Adidas, Calvin Klein, North Face dan Hugo Boss.¹¹ Begitu juga dengan beberapa industri TPT di Bandung, Bogor dan Bekasi yang juga menjadi pemasok *brand fashion* asal luar negeri yaitu Hugo Boss, Giorgio Armani, Guess, Mark and Spencer, dan Mango.¹²

Dari sekian industri TPT Indonesia yang bermitra dengan *brand fashion* asal luar negeri tersebut, terlihat bahwa belum ada yang menjalin kerja sama dengan Christian Dior Couture yaitu sebuah rumah mode dengan *brand fashion* mewah asal Prancis. Jika dibandingkan dengan mitra bisnis *brand fashion* luar negeri seperti yang telah dipaparkan sebelumnya, Christian Dior Couture merupakan salah satu *brand fashion* mewah dan terpopuler di dunia. Mengutip data dari Luxe Digital, Christian Dior Couture menempati urutan kelima dengan kategori merek mewah (*luxury brand*) paling banyak dibicarakan dan dicari secara *online* tahun 2020.¹³ Christian Dior Couture

⁹ Fitinline, "Produk Brand Fashion Dunia Diproduksi Di Indonesia," Fitinline, accessed November 24, 2022, <https://fitinline.com/article/read/produk-brand-fashion-dunia-diproduksi-di-indonesia/>.

¹⁰ Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, "Diversifikasi Produk Tekstil Perkuat Industri Fashion," Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, accessed November 24, 2022, <https://kemenperin.go.id/artikel/15651/Diversifikasi-Produk-Tekstil-Perkuat-Industri-Fashion>.

¹¹ Pusat Data dan Analisa Tempo, *Industri: Menghitung Kinerja Tekstil Periode Pertama Presiden Joko Widodo* (Tempo Publishing, 2019), 61.

¹² Fitinline, "Produk Brand Fashion Dunia Diproduksi Di Indonesia."

¹³ Florine Eppe Beauloye, "The 15 Most Popular Luxury Brands Online In 2020," Luxe Digital, accessed March 29, 2023, <https://luxe.digital/business/digital-luxury-ranking/most-popular-luxury-brands-2020/>.

juga termasuk dalam top 10 merek pakaian termahal di dunia tahun 2020 yaitu berada di urutan ke-5 dengan perkiraan nilai sekitar USD 11,9 miliar.¹⁴ Selain itu, berdasarkan data oleh *Companies Market Cap* mengungkapkan bahwa Christian Dior Couture menjadi perusahaan *fashion* dengan kapitalisasi pasar terbesar ketiga yakni sebesar USD 100,87 miliar pada tahun 2020.¹⁵ Dari sini dapat diketahui bahwa bisa menjalin kerja sama bisnis dengan Christian Dior Couture merupakan suatu hal yang menguntungkan dan dapat dibanggakan.

Pada akhir tahun 2020, sebuah industri TPT Indonesia yaitu PT Kekean Primanda Indonesia telah berhasil menjalin kerja sama bisnis dengan rumah mode Christian Dior Couture, yakni sebagai *supplier* tetap. Diketahui bahwa PT Kekean Primanda Indonesia tersebut menjadi satu-satunya industri TPT asal Indonesia yang berhasil menjalin kerja sama sebagai *supplier* tetap Christian Dior Couture. Hal ini terlihat dari sekian perusahaan di bidang TPT asal Indonesia yang bekerja sama dengan *brand fashion* asal luar negeri tetapi belum ada yang menjalin hubungan kerja sama bisnis dengan *brand* Christian Dior Couture, apalagi menjadi *supplier* tetapnya.

PT Kekean Primanda Indonesia atau yang juga dikenal dengan “Kekean Wastra Gallery” merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang tekstil dan produk tekstil yang didirikan oleh Achmad Nur Hasim pada

¹⁴ Jike Eric, “Top 10 Most Expensive Clothing Brands in the World 2020,” Insider Paper, accessed March 29, 2023, <https://insiderpaper.com/most-expensive-clothing-brands/>.

¹⁵ Companies Market Cap, “Largest Clothing Companies by Market Cap,” Companies Market Cap, accessed March 29, 2023, <https://companiesmarketcap.com/clothing/largest-clothing-companies-by-market-cap/>.

September tahun 2020 dengan berfokus pada tiga produk Wastra Indonesia yaitu tenun, bordir dan batik. Industri TPT ini telah membuka penjualan tekstil yang lebih luas di pasar internasional. Pada akhir tahun 2020, PT Kekean Primanda Indonesia telah mendapat kesempatan untuk menjalin kerja sama bisnis dengan Christian Dior Couture. Keberhasilan PT Kekean Primanda Indonesia dalam menjalin kerja sama dengan Christian Dior Couture menjadi lebih spesial karena terjadi di tengah masa pandemi Covid-19 yang mana menjadi masa sulit dan penuh tekanan bagi industri TPT di Indonesia bahkan dunia. Oleh sebab itu, keberhasilan PT Kekean Primanda Indonesia menjalin kerja sama dengan Christian Dior Couture tersebut termasuk sebuah capaian yang membanggakan dan tidak sembarangan. Adanya kerja sama tersebut ditandai dengan penandatanganan *Memorandum of Understanding* (MoU) yang sifatnya mengikat secara *Business to Business* (B2B).

Kerja sama tersebut bermula ketika Achmad Nur Hasim selaku CEO dan *Founder* dari PT Kekean Primanda Indonesia menerima panggilan dari Atase Perdagangan Indonesia di Paris, kemudian diminta untuk mengirimkan sampel produknya ke perusahaan fesyen Christian Dior Couture. Pihak Christian Dior Couture tertarik dengan kain tenun Endek Bali dan membuat pesanan Kain Endek dengan ukuran 600 meter. Kemudian pihak Christian Dior Couture pun memesan kembali Kain Endek dengan ukuran yang berbeda-beda yakni sepanjang 900 meter, 1380 meter, 1500 meter dan juga sepanjang 1700 meter. Christian Dior Couture menjadikan Kain Endek Bali

produksi PT Kekean Primanda Indonesia tersebut sebagai bagian dari koleksi musim semi dan musim panas tahun 2021.¹⁶ Kain Endek Bali juga digunakan sebagai salah satu material dalam koleksinya yang bertajuk “Kolase”, baik pada pakaian maupun untuk koleksi tasnya.¹⁷

Pada dasarnya, terjalinnya hubungan kerja sama bisnis antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture melalui suplai Kain Endek Bali sudah pasti memberikan manfaat baik bagi pemerintah maupun bagi PT Kekean Primanda Indonesia sebagai pelaku usaha. Bagi pemerintah, manfaat yang dapat diperoleh tak lain ialah berupa peningkatan perekonomian dan menambah devisa negara. Adapun hubungan perdagangan antara kedua negara yang bersangkutan tentu juga akan semakin terjalin dengan baik.¹⁸ Selain itu, adanya hubungan kerja sama tersebut juga tidak menutup kemungkinan dapat membuat produk tekstil asal Indonesia, terutama produksi PT Kekean Primanda Indonesia, semakin dikenal oleh masyarakat internasional serta mampu mendatangkan peluang pasar ekspor baru. Diketahui bahwa setelah terjalin kesepakatan kerja sama perdagangan dengan Christian Dior Couture, produk PT Kekean Primanda Indonesia termasuk

¹⁶ Redaksi, “Produksi Tenun Endek, Kekean Wastra Gallery Digandeng Christian Dior,” *Majalah Peluang*, accessed November 25, 2022, <https://majalahpeluang.com/produksi-tenun-endek-kekean-wastra-gallery-digandeng-christian-dior/>.

¹⁷ Nabilla Tashandra, “Cerita Di Balik Kain Endek Bali Dalam Koleksi Spring/Summer Dior,” *Kompas.com*, accessed December 4, 2022, <https://lifestyle.kompas.com/read/2020/12/03/100353920/cerita-di-balik-kain-endek-bali-dalam-koleksi-spring-summer-dior?page=all>.

¹⁸ Admin, “Understanding and Benefits of International Trade,” *Program Studi Manajemen, Universitas Medan Area*, accessed December 4, 2022, <https://manajemen.uma.ac.id/2021/04/understanding-and-benefits-of-international-trade/>.

kain tenun Endek menjadi semakin naik daun dan banyak diminati oleh pembeli potensial dari dalam negeri dan luar negeri.

Jika menelusuri lebih dalam, hubungan kerja sama yang terjalin antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture tersebut tidak terlepas dari adanya keterlibatan peran dari pihak Pemerintah Indonesia. Umumnya, peran pemerintah terhadap sektor bisnis dikategorikan sebagai pihak yang merumuskan aturan dalam menjalankan bisnis (*regulator*); pihak yang memberi perlindungan dari faktor risiko politik seperti pemerasan, kerusuhan, dan lain-lain (*caretaker*); serta sebagai *promotor* bisnis.¹⁹ Adapun dalam hubungan antara pemerintah negara dengan suatu kegiatan bisnis juga saling berkaitan. Bagi pemerintah negara, aktivitas bisnis merupakan suatu hal yang penting karena adanya bisnis dapat membantu meningkatkan perekonomian negara termasuk memperluas lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Begitu pula dengan para pelaku bisnis yang tentunya juga membutuhkan dukungan dari pemerintah untuk dapat memperoleh akses yang lebih mudah dalam menjalankan aktivitas bisnis internasional ataupun dalam mengembangkan bisnis di lingkup internasional.²⁰ Oleh sebab itu, dalam kaitannya dengan fenomena kerja sama bisnis antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture tentu terdapat keterlibatan pemerintah Indonesia dalam setiap prosesnya hingga mencapai kesepakatan

¹⁹ Suman Pandit, "Relationship between Business and Government," Businessman Talk, accessed December 4, 2022, <https://businessmantalk.com/business-and-government-relationship/>.

²⁰ Indo Forwarding, "Peranan Pemerintah Dalam Perdagangan Internasional," Indo Forwarding, accessed December 4, 2022, <https://indoforwarding.com/peranan-pemerintah-dalam-perdagangan-internasional/>.

kerja sama. Keterlibatan pemerintah Indonesia dalam proses mencapai kesepakatan kerja sama tersebut ialah melalui aktivitas pemanfaatan jaringan diplomatik untuk tujuan komersial. Dalam hal ini, pemerintah melalui perantara wakil-wakil negara menjadi penghubung dan fasilitator komunikasi antara pihak PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture. Seperti halnya pemerintah menjadi pihak yang menghubungi PT Kekean Primanda Indonesia untuk mengikuti peluang bisnis dengan Christian Dior Couture.²¹ Tanpa adanya peran pemerintah dalam proses awal hingga selanjutnya, kesepakatan kerja sama tersebut tidak serta merta dapat terjalin.

Dengan demikian, berdasarkan uraian latar belakang di atas peneliti tertarik untuk mengkaji lebih mendalam mengenai bagaimana upaya diplomasi komersial Indonesia dalam mendukung kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, dalam penelitian ini, peneliti mengemukakan suatu fokus penelitian yaitu sebagai berikut:

bagaimana upaya diplomasi komersial Indonesia dalam mendukung kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture?

²¹ Tashandra, "Cerita Di Balik Kain Endek Bali Dalam Koleksi Spring/Summer Dior."

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya diplomasi komersial Indonesia dalam mendukung kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture.

D. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, peneliti sangat berharap dapat turut berkontribusi memberi manfaat baik secara akademis maupun praktis, yakni sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Peneliti sangat berharap bahwa melalui penelitian ini dapat memberikan kontribusi secara akademik yaitu dalam pengembangan wawasan disiplin Ilmu Hubungan Internasional terkait diplomasi komersial. Hal ini terutama mengenai implementasi diplomasi komersial Indonesia dalam kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture. Selain itu, peneliti juga berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi sumber pengetahuan tambahan atau sumber referensi bagi peneliti selanjutnya yang sekiranya melakukan penelitian dengan topik sejenis di masa mendatang.

2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat yang sekiranya dapat diperoleh dari penelitian ini secara praktis sehingga dapat dimanfaatkan oleh pihak-pihak terkait beserta masyarakat ialah:

- a. Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat membantu memberikan kontribusi bagi Pemerintah terutama bagi para pembuat kebijakan dalam membentuk suatu kebijakan yang mampu mendorong dan mendukung lebih terhadap tumbuh kembangnya potensi ekspor tekstil dan produk tekstil para pelaku usaha di Indonesia. Terutama dalam hal *networking* untuk menjalin mitra bisnis atau kerja sama dagang yang dapat ditempuh melalui aktivitas diplomasi komersial.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat luas terutama bagi para pelaku usaha lainnya untuk mengetahui praktik nyata yang dilakukan oleh perwakilan pemerintah guna mendukung sektor bisnis nasional untuk menjalin kerja sama perdagangan dengan mitra luar negeri sehingga mampu mengembangkan potensi ekspor masing-masing usaha.
- c. Melalui penelitian ini juga diharapkan dapat membantu bertambahnya aktivitas diplomasi komersial oleh Pemerintah Indonesia dengan pelaku usaha untuk mencapai kesepakatan kerja sama perdagangan di berbagai sektor lainnya.

E. Tinjauan Pustaka

Seperti yang kita ketahui bahwa penelitian mengenai aktivitas diplomasi yang dilakukan oleh pemerintah dalam menjalin suatu kerja sama tidak sedikit ditemukan, terutama yang berkaitan tentang diplomasi komersial yang dilakukan oleh pemerintah dalam mendukung terjalannya kesepakatan kerja sama perdagangan. Oleh karena itu, dalam ini peneliti menambahkan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dan tentu terdapat kaitannya dengan topik dan pembahasan penelitian, terutama dengan fokus penelitian. Adapun penelitian terdahulu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti sebagai acuan, kajian literatur, pembandingan dan pelengkap adalah sebagai berikut:

1. Penelitian oleh Alfareza Risma Zarkasyi di tahun 2020 yang dilaporkan dalam bentuk skripsi pada Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UIN Sunan Ampel Surabaya, dengan judul “Strategi Diplomasi Komersial Pemerintah Indonesia dalam Meningkatkan Ekspor Tekstil dan Produk Tekstil (TPT) ke Amerika Serikat di Tengah Isu Perang Dagang Amerika Serikat – Tiongkok Tahun 2018-2019”.²² Penelitian tersebut menjelaskan tentang adanya isu perang dagang antara Amerika Serikat dengan Tiongkok yang telah menyebabkan stabilitas politik dan ekonomi global menjadi tidak stabil sehingga

²² Alfareza Risma Zarkasyi, “Strategi Diplomasi Komersial Pemerintah Indonesia Dalam Meningkatkan Ekspor Tekstil Dan Produk Tekstil (TPT) Ke Amerika Serikat Di Tengah Isu Perang Dagang Amerika Serikat-Tiongkok Tahun 2018-2019,” (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020), https://digilib.uinsa.ac.id/42884/3/Alfareza_Risma_Zarkasyi_I02216002.pdf.

berdampak pada aktivitas perdagangan internasional. Salah satunya yaitu pada aktivitas perdagangan internasional negara Indonesia di bidang TPT yang mengalami penurunan ekspor selama dua tahun berturut-turut. Oleh karena itu, Pemerintah Indonesia menggunakan strategi diplomasi komersial dalam meningkatkan ekspor TPT ke pasar Amerika Serikat. Hasil penelitian dalam skripsi tersebut mengungkapkan bahwa strategi diplomasi komersial Pemerintah Indonesia diaplikasikan melalui tiga tahap yakni *facilitation* (mendorong terciptanya interaksi sosial antar mitra bisnis), *advisory* (pengumpulan data informasi baik secara internal maupun eksternal) dan *representation* (peran perwakilan negara atau diplomat dalam mencapai kepentingan bisnis). Sehingga, ditemukan bahwa Pemerintah Indonesia melakukan tiga strategi yaitu bekerja sama dengan melibatkan pihak pemerintah dan swasta; aktif berpartisipasi dalam berbagai ajang pameran; dan mengeluarkan kebijakan pro industri TPT.

Persamaan antara penelitian oleh Zarkasyi dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan konsep diplomasi komersial dalam menganalisis data. Namun, Zarkasyi menggunakan konsep set peran dalam kerja diplomasi komersial oleh Oliver Naray yang terdiri atas *Facilitation*, *Advisory* dan *Representation*. Berbeda dengan penelitian oleh peneliti yang menggunakan konsep diplomasi komersial oleh Potter. Adapun persamaan lainnya yaitu sama-sama

menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data yakni dokumentasi. Selain itu, antara kedua penelitian juga sama-sama memposisikan Pemerintah Indonesia sebagai subjek penelitian. Pemerintah Indonesia tersebut diwakilkan melalui Kementerian Perdagangan RI.

Lebih lanjut, hal yang menjadi perbedaan di antara kedua penelitian yaitu penelitian oleh Zarkasyi berfokus pada bagaimana strategi diplomasi komersial Pemerintah Indonesia dalam meningkatkan ekspor TPT ke Amerika Serikat di tengah isu perang dagang antara Amerika Serikat dengan Tiongkok tahun 2018-2019. Sedangkan, fokus penelitian oleh peneliti ialah pada bagaimana upaya diplomasi komersial Indonesia dalam mendukung kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture.

2. Penelitian oleh Neola Hestu Prayogo di tahun 2017 yang dilaporkan dalam bentuk tesis pada Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Gadjah Mada, dengan judul “Diplomasi Komersial Pemerintah Indonesia dalam Mendorong PT Freeport Indonesia untuk Mengembangkan Smelter di Dalam Negeri”.²³ Penelitian dalam tesis tersebut menjelaskan terkait upaya pengembangan smelter di Indonesia oleh PT Freeport Indonesia

²³ Neola Hestu Prayogo, “Diplomasi Komersial Pemerintah Indonesia Dalam Mendorong PT. Freeport Indonesia Untuk Mengembangkan Smelter Di Dalam Negeri,” (Universitas Gadjah Mada, 2017), <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/112373>.

dimana selama prosesnya terjadi banyak kendala yang dihadapi oleh pemerintah pusat juga daerah, sehingga hal ini berdampak pada lambatnya proses pengembangan smelter. Untuk menangani permasalahan tersebut, pemerintah kemudian memberikan dukungan terhadap PT Freeport Indonesia dalam bentuk upaya diplomasi komersial. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa aktivitas diplomasi komersial pemerintah Indonesia dalam mendorong pengembangan smelter adalah melalui *networking & public relations, intelligence, contract negotiator of implementation* dan *problem solving*. Hal ini direalisasikan dengan membina hubungan kerja sama dalam berbagai sektor yang terjalin antara PT Freeport Indonesia, pemerintah pusat dan daerah baik Pemerintah Provinsi Papua maupun Pemerintah Kabupaten Mimika; memberikan dukungan informasi; melakukan negosiasi untuk menemukan solusi penyelesaian dan merealisasikan solusi-solusi untuk menyelesaikan masalah.

Persamaan antara penelitian oleh Prayogo dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan konsep diplomasi komersial oleh Potter dalam menganalisis data, serta menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data yakni dokumentasi. Selain itu, antara kedua penelitian sama-sama memposisikan Pemerintah Indonesia sebagai subjek penelitian.

Adapun hal yang menjadi pembeda di antara kedua penelitian adalah penelitian oleh Prayogo berfokus pada bagaimana diplomasi komersial Pemerintah Indonesia dalam mendorong PT Freeport Indonesia untuk mengembangkan industri smelter dalam negeri. Berbeda dengan fokus penelitian oleh peneliti yaitu terkait bagaimana upaya diplomasi komersial Indonesia dalam mendukung kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture. Perbedaan selanjutnya ialah terletak pada aktor yang melaksanakan aktivitas diplomasi komersial. Walaupun sama-sama diplomasi komersial yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia, tetapi dalam penelitian oleh Prayogo tersebut aktivitas diplomasi komersial dilaksanakan oleh Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (ESDM). Sedangkan dalam penelitian ini, aktivitas diplomasi komersial Indonesia dilaksanakan oleh perwakilan dari Kementerian Perdagangan.

3. Penelitian dalam jurnal *Intermestic: Journal of International Studies* Vol. 7 No.1 Tahun 2022, yang berjudul “Diplomasi Komersial PT INKA (Persero) Indonesia dalam Kegiatan Ekspor Gerbong Barang untuk Kiwirail New Zealand Tahun 2021”²⁴ karya Mohammad Latief dan kawan-kawan di tahun 2022, Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Darussalam Gontor. Artikel

²⁴ Mohamad Latief, Yulia Rimapradesi, and Farhan Riswandha Jhuswanto, “Diplomasi Komersial PT INKA (Persero) Indonesia Dalam Kegiatan Ekspor Gerbong Barang Untuk Kiwirail New Zealand Tahun 2021,” *Intermestic: Journal of International Studies* 7, no. 1 (2022): 31–53, <https://doi.org/10.24198/intermestic.v7n1.3>.

dalam jurnal tersebut menjelaskan bahwa Indonesia dengan New Zealand telah menjalin hubungan diplomatik sejak tahun 1958 dimana dari hubungan diplomatik tersebut membuka adanya kerja sama dalam berbagai bidang terutama bidang perdagangan. Di bidang perdagangan sendiri, komoditas ekspor Indonesia pada dasarnya didominasi oleh barang mentah seperti minyak bumi, batu bara dan produk kertas. Namun, Duta Besar Republik Indonesia untuk New Zealand melihat adanya potensi ekspor bagi Indonesia pada produk berbasis teknologi. Kemudian pada 27 Juni 2021, PT Industri Kereta Api Indonesia (PT INKA) mendapat kontrak atas pengadaan gerbong barang untuk Kiwi Rail, New Zealand.

Dengan demikian, penelitian dalam artikel jurnal tersebut berfokus pada bagaimana peran aktivitas diplomasi komersial PT INKA Indonesia dalam kegiatan ekspor gerbong barang ke KiwiRail New Zealand tahun 2021. Hasil dalam penelitian tersebut mengungkapkan bahwa aktivitas diplomasi komersial yang dilakukan oleh PT INKA ialah berupa kegiatan ekspor, kerja sama bisnis dan promosi perdagangan. Diplomasi komersial PT INKA pun tidak hanya menempatkan perusahaan sebagai *supplier* yang membantu UGL Rail untuk memenuhi kontrak atas tender, tetapi adanya diplomasi komersial ini membuat PT INKA semakin dikenal dalam pasar global begitu juga dengan Indonesia sebagai negara asal.

Persamaan antara artikel jurnal tersebut dengan penelitian ini adalah keduanya membahas adanya aktivitas diplomasi komersial yang dilakukan untuk dapat mengekspor atau suplai suatu barang. Kedua penelitian sama-sama menggunakan konsep diplomasi komersial dalam menganalisis data, namun hal yang membedakan adalah terletak pada fenomena yang diteliti dan kerangka konsep diplomasi komersial yang digunakan. Peneliti menggunakan kerangka konsep diplomasi komersial oleh Potter, sedangkan penelitian oleh Latief menggunakan kerangka konsep diplomasi komersial oleh Okano-Hejimans.

Adapun perbedaan lainnya antara penelitian dalam artikel jurnal tersebut dengan penelitian ini adalah: 1) subjek penelitian dalam artikel jurnal tersebut merupakan PT INKA Indonesia yang merupakan perusahaan milik negara (BUMN), sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perdagangan RI. Dengan demikian aktivitas diplomasi komersial dalam kedua penelitian ini pun dijalankan oleh dua aktor yang berbeda. Adapun konteks perusahaan yang dibahas di antara kedua penelitian juga berbeda dimana dalam artikel jurnal tersebut adalah sebuah perusahaan milik negara, sedangkan konteks yang dibahas dalam penelitian oleh peneliti adalah sebuah perusahaan perorangan; 2) penelitian tersebut berfokus pada bagaimana peran aktivitas diplomasi komersial PT INKA Indonesia dalam kegiatan

- ekspor gerbong barang ke KiwiRail New Zealand tahun 2021. Sedangkan, fokus penelitian ini ialah pada bagaimana upaya diplomasi komersial Indonesia dalam mendukung kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture. Berdasarkan fokus penelitian tersebut terlihat bahwa konteks sektor komoditas yang diekspor pun berbeda;
- 3) dalam artikel jurnal tersebut juga menggunakan konsep *nation branding* dan *ta'awun*, selain konsep diplomasi komersial.
4. Penelitian oleh Eti Rutikah di tahun 2021 dengan judul “Penggunaan Diplomasi Komersial Korea Selatan dalam Meningkatkan Konsumsi *Webtoon* oleh Publik Internasional”,²⁵ yang dilaporkan dalam bentuk skripsi pada Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Penelitian tersebut menjelaskan tentang adanya peningkatan ekspor *webtoon* Korea Selatan secara signifikan yang terjadi di tahun 2011. Konsumsi *webtoon* pun terus tumbuh dan bertahan hingga saat ini. Hal ini tidak terlepas dari adanya sinergi dan peran antara aktor pemerintah dan aktor non-negara. Dengan demikian, penelitian tersebut berfokus pada penjelasan terkait peran aktor pemerintah dan aktor non-negara dalam sinergi dan kontribusinya untuk meningkatkan konsumsi *webtoon* yang

²⁵ Eti Rutikah, “Penggunaan Diplomasi Komersial Korea Selatan Dalam Meningkatkan Konsumsi *Webtoon* Oleh Publik Internasional,” (UPN Veteran Yogyakarta, 2021), <http://eprints.upnyk.ac.id/25299/>.

menguntungkan secara finansial bagi *platform webtoon* resmi Korea Selatan. Hasil dalam penelitian tersebut mengungkapkan bahwa Korea Selatan melakukan lima aktivitas yaitu *Networking & Public Relations, Problem-Solving, Advocay for National Business Community, Trade Promotion* dan *Cooperation in Science and Technology*.

Persamaan antara penelitian oleh Eti Rutikah dengan penelitian ini adalah: membahas mengenai aktivitas diplomasi komersial yang dilakukan oleh aktor pemerintah namun terdapat juga keterlibatan dari aktor non-negara; menggunakan konsep diplomasi komersial oleh Potter dalam menganalisis data; menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi.

Sedangkan hal yang membedakan adalah: 1) penelitian oleh Eti Rutikah memposisikan pemerintah negara Korea Selatan sebagai subjek penelitian. Sedangkan dalam penelitian ini, subjek penelitiannya adalah Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perdagangan RI; 2) penelitian oleh Eti Rutikah berfokus pada bagaimana penggunaan diplomasi komersial Korea Selatan dalam meningkatkan konsumsi *webtoon* oleh publik internasional. Sedangkan, fokus penelitian oleh peneliti ialah pada bagaimana upaya diplomasi komersial Indonesia dalam mendukung kerja sama

perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture.

5. Penelitian oleh Nurul Faizah Al Khoiriyah di tahun 2019 yang dilaporkan dalam bentuk skripsi pada Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UIN Sunan Ampel Surabaya dengan judul “Strategi Diplomasi Komersial Indonesia dalam Bidang Ekonomi Digital Melalui *Next Indonesia Unicorn* (NextICorn) Tahun 2017-2019”.²⁶ Penelitian tersebut menjelaskan tentang Indonesia yang memiliki potensi dalam bidang ekonomi digital, yakni menjadi negara dengan kapasitas ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara tahun 2020. Untuk mencapai hal itu, Pemerintah Indonesia telah melakukan berbagai program pendukung yang salah satunya adalah *Next Indonesia Unicorn* (NextICorn). Melalui program ini, Pemerintah Indonesia memberi fasilitas kepada para *startup digital* untuk bertemu dengan para investor lokal maupun asing dan mendapatkan pendanaan.

Dengan demikian, skripsi tersebut berfokus meneliti tentang strategi diplomasi komersial Pemerintah Indonesia dalam bidang ekonomi digital melalui program NextICorn. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa berdasarkan kerangka diplomasi komersial Evan Potter, Pemerintah Indonesia dan pelaku bisnis

²⁶ Nurul Faizah Al Khoiriyah, “Strategi Diplomasi Komersial Indonesia Dalam Bidang Ekonomi Digital Melalui Next Indonesia Unicorn (NextICorn) Tahun 2017-2019,” (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019), <https://digilib.uinsa.ac.id/38248/>.

melakukan lima aktivitas yaitu membangun citra positif untuk menarik investasi, menyediakan data bagi *venture capital* dan *startup* melalui forum NextICorn, melakukan *roadshow* ke berbagai negara untuk mengundang *venture capital*, melaksanakan proses negosiasi antara *venture capital* dan *startup* digital, dan membentuk Yayasan NextICorn.

Persamaan antara penelitian dalam skripsi tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan konsep diplomasi komersial oleh Potter sebagai konsep dalam menganalisis data. Namun, penelitian dalam skripsi tersebut lebih berfokus pada upaya diplomasi komersial untuk menarik investasi. Berbeda dengan penelitian ini dimana aktivitas diplomasi komersial sebagai upaya untuk mendukung kerja sama perdagangan antara dua pelaku bisnis yaitu PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture. Persamaan selanjutnya adalah baik penelitian oleh Khoiriyah maupun oleh peneliti sama-sama memposisikan pemerintah Indonesia sebagai subjek penelitian. Namun yang menjadi pembeda adalah aktor pemerintah yang melaksanakan aktivitas diplomasi komersial dalam penelitian oleh Khoiriyah adalah Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Berbeda dengan penelitian oleh peneliti dimana aktor pemerintah pemerintah yang melaksanakan aktivitas diplomasi komersial adalah melalui Kementerian Perdagangan RI.

Lebih lanjut, hal yang berbeda juga terletak pada fokus penelitian dimana penelitian oleh Al Khoiriyah berfokus pada bagaimana diplomasi komersial Indonesia dalam bidang ekonomi digital melalui *Next Indonesia Unicorn* (NextICorn) tahun 2017-2019. Sedangkan, fokus penelitian ini adalah bagaimana upaya diplomasi komersial Indonesia dalam mendukung kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture.

6. Penelitian oleh Mar'atus Sholihah di tahun 2019 yang dilaporkan dalam bentuk skripsi pada Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan judul “Strategi Indonesia untuk Mencapai Kesepakatan *Indonesia – Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IA – CEPA) Tahun 2010-2018”.²⁷
- Penelitian dalam skripsi tersebut menjelaskan tentang dinamika hubungan yang terjalin antara Indonesia dan Australia hingga akhirnya kedua negara mencapai kesepakatan perjanjian ekonomi komprehensif yaitu *Indonesia – Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IA – CEPA). Terjadi proses negosiasi yang cukup panjang dalam kesepakatan IA-CEPA tersebut yaitu dari tahun 2010 hingga 2018. Dengan demikian, penelitian dalam skripsi

²⁷ Maratus Sholihah, “Strategi Indonesia Untuk Mencapai Kesepakatan Indonesia-Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement (IA-CEPA) Tahun 2010-2018,” (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019), <https://digilib.uinsa.ac.id/38250/>.

yang disusun oleh Mar'atus Sholihah berfokus pada strategi Indonesia untuk mencapai kesepakatan *Indonesia – Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IA – CEPA) tahun 2010-2018. Hasil dari penelitian tersebut mengungkapkan bahwa strategi yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia dalam mencapai kesepakatan IA-CEPA tersebut adalah bekerja sama dengan para pelaku bisnis untuk mewujudkannya, dimana pemerintah melakukan penghapusan tarif produk untuk meningkatkan kinerja ekspor, mengurangi intervensi pemerintah dalam proyek jangka panjang dan memastikan investasi yang masuk harus terbuka dengan merata di semua tingkatan, melakukan pertukaran informasi dan data dengan anggota IA-BPG, mengadakan pertemuan antar anggota IA-BPG beserta *Business Forum* yang dihadiri oleh beberapa perwakilan untuk membahas perkembangan IA-CEPA.

Persamaan antara penelitian dalam skripsi tersebut dengan penelitian ini adalah: menggunakan konsep diplomasi komersial oleh Potter dalam menganalisis data dan menjawab fokus penelitian; menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi; subjek penelitiannya adalah Pemerintah Indonesia, yang mana dalam pelaksanaan aktivitas diplomasi komersial ialah melalui Kementerian Perdagangan RI. Sedangkan perbedaan antara kedua penelitian

adalah: 1) penelitian oleh Sholihah berfokus pada bagaimana strategi Pemerintah Indonesia untuk mencapai kesepakatan IA-CEPA tahun 2010-2018. Sedangkan, fokus dalam penelitian ini ialah bagaimana upaya diplomasi komersial Indonesia dalam mendukung kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture.

7. Penelitian dalam *Padjadjaran Journal of International Relations* Vol. 3 No. 2 Tahun 2021 dengan judul “Diplomasi Komersial Indonesia terhadap Australia dalam *Indonesia-Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement (IA-CEPA)* pada Era Pemerintahan Joko Widodo (2014-2019)”²⁸ karya Alvira Rizki Wulandari dan Dadan Suryadipura di tahun 2021, Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Padjajaran. Penelitian tersebut menjelaskan terkait fokus dalam masa pemerintahan Presiden Joko Widodo yaitu mendorong dan meningkatkan hubungan ekonomi Indonesia di pasar tradisional maupun non-tradisional melalui perjanjian perdagangan, salah satunya yaitu pada hubungan ekonomi antara Indonesia dengan Australia yang terjalin melalui kesepakatan IA-CEPA. Pemerintah Indonesia telah melakukan aktivitas diplomasi komersial guna menjembatani tujuan komersial kelompok bisnis dan membantu

²⁸ Alvira Rizki Wulandari and Dadan Suryadipura, “Diplomasi Komersial Indonesia Terhadap Australia Dalam Indonesia-Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement (IA-CEPA) Pada Era Pemerintahan Joko Widodo (2014-2019),” *Padjadjaran Journal of International Relations* 3, no. 2 (2021): 103–25, <https://doi.org/10.24198/padjir.v3i2.33521>.

pemerintah menyukseskan negosiasi IA-CEPA. Oleh karena itu, fokus penelitian tersebut ialah tentang bagaimana diplomasi komersial Indonesia terhadap Australia dalam *Indonesia-Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement (IA-CEPA)* pada Era Pemerintahan Joko Widodo (2014-2019). Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa aktivitas diplomasi komersial yang dilakukan oleh Indonesia untuk memfasilitasi kelompok bisnis dalam meningkatkan aktivitas komersialnya adalah melalui tiga aktivitas yakni: (1) *Intelligence* berupa kegiatan *market research* dan koordinasi antara pemerintah, kelompok bisnis dan anggota IA-BPG melalui kegiatan *joint scientific research*; (2) *Networking* berupa pengembangan kontak dari kelompok bisnis dan pemerintah, *buyer-seller meeting*, *match-making* dengan mempertemukan secara langsung investor dan calon *partner*; (3) *Image Campaign* berupa promosi perdagangan atau *trade fair*.

Persamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama memposisikan pemerintah Indonesia sebagai subjek penelitian yang mana terwakilkan oleh Kementerian Perdagangan RI, sama-sama membahas terkait aktivitas diplomasi komersial tetapi hal yang membedakan dengan penelitian ini adalah pada kerangka konsep diplomasi komersial yang digunakan yaitu peneliti menggunakan kerangka konsep diplomasi komersial oleh Potter sedangkan Wulandari dan Suryadipura menggunakan kerangka

konsep diplomasi komersial oleh Reuvers dan Ruel. Begitu juga dengan fokus fenomena yang diteliti pun berbeda. Penelitian tersebut berfokus pada bagaimana diplomasi komersial Indonesia terhadap Australia dalam *Indonesia – Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IA-CEPA) pada Era Pemerintahan Joko Widodo (2014-2019). Sedangkan, fokus dalam penelitian ini ialah pada bagaimana upaya diplomasi komersial Indonesia dalam mendukung kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture.

8. Penelitian oleh Naomi Ken Priscilla di tahun 2019 yang dilaporkan dalam bentuk skripsi pada Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, dengan judul “Hambatan Implementasi Program Paket Wisata *Korea Muslim Holiday Consortium* di Indonesia Tahun 2015-2017”.²⁹ Penelitian dalam skripsi tersebut menjelaskan terkait wisata halal dimana Korea Selatan merupakan salah satu negara yang gencar dalam mengembangkan pariwisata halal. Indonesia merupakan salah satu negara tujuan bagi Korea Selatan untuk melakukan promosi wisata halal, hal ini dikarenakan Indonesia menjadi salah satu negara dengan mayoritas penduduk muslim terbesar. Untuk meningkatkan jumlah wisatawan muslim, Pemerintah

²⁹ Naomi Ken Priscilla, “Hambatan Implementasi Program Paket Wisata Korea Muslim Holiday Consortium Di Indonesia Tahun 2015-2017,” (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019), <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/34456>.

Korea Selatan kemudian membuka kantor cabang *Korea Tourism Organization* (KTO) di Jakarta. Selain itu, KTO juga mengadakan penjualan paket *Korea Muslim Holiday Consortium*. Namun, penjualan paket tersebut tidak berjalan dengan lancar. Oleh karena itu, penelitian dalam skripsi tersebut berfokus untuk mengkaji tentang hambatan implementasi program *Korea Muslim Holiday Consortium* oleh KTO di Indonesia Tahun 2015-2017.

Persamaan antara penelitian dalam skripsi tersebut dengan penelitian ini adalah terkait penggunaan konsep diplomasi komersial oleh Potter. Namun, hal yang membedakan ialah terkait fokus penelitian yaitu penelitian tersebut berfokus pada apa hambatan implementasi program paket *Korea Muslim Holiday Consortium* di Indonesia tahun 2015-2017. Sedangkan, fokus dalam penelitian ini ialah tentang bagaimana upaya diplomasi komersial Indonesia dalam mendukung kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture. Perbedaan lainnya ialah dalam penelitian tersebut memposisikan KTO sebagai subjek penelitian. Sedangkan, subjek penelitian dalam penelitian ini adalah Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perdagangan RI.

F. Argumentasi Utama

Dalam ini peneliti berargumen bahwa upaya diplomasi komersial Indonesia dalam mendukung kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture ialah dilakukan oleh

pemerintah Indonesia melalui aktivitas *intelligence* dengan cara mengumpulkan berbagai macam informasi yang dibutuhkan, aktivitas *networking and public relations* dengan cara membangun jejaring dengan melibatkan tokoh penting, dan aktivitas *problem solving* dengan cara membantu menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi. Semua aktivitas tersebut dilakukan oleh pemerintah untuk mendukung aktivitas promosi perdagangan PT Kekean Primanda Indonesia hingga tercipta kerja sama perdagangan dengan Christian Dior Couture.

G. Sistematika Pembahasan

Adapun bentuk sistematika pembahasan yang ditulis dalam skripsi berjudul “Upaya Diplomasi Komersial Indonesia dalam Mendukung Kerja Sama Perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture” ialah sebagai berikut:

Pertama, bab pendahuluan yang berisi tentang gambaran umum terkait permasalahan sesuai dengan topik penelitian yang dikemas dalam latar belakang dan kemudian difokuskan pada suatu fokus penelitian. Di samping itu, dalam bab ini juga dijelaskan mengenai tujuan penelitian; manfaat penelitian baik akademis maupun praktis; tinjauan pustaka yang berisi kajian penelitian terdahulu yang sejenis dengan topik yang diangkat oleh peneliti guna sebagai bahan literatur rujukan, pembanding dan pelengkap daripada hasil penelitian. Selain itu, peneliti juga akan menguraikan argumentasi utama sekaligus sistematika pembahasan.

Kedua, bab landasan konseptual yang di dalamnya memuat dua sub bab yaitu sub bab definisi konseptual dengan memuat penjelasan mengenai konsep-konsep kunci yang berkaitan dengan topik penelitian, di antaranya: 1) upaya; 2) kerja sama perdagangan; 3) PT Kekean Primanda Indonesia; dan 4) Christian Dior Couture. Konsep-konsep tersebut akan dijabarkan masing-masing dengan penjelasan yang terdiri dari beberapa paragraf. Adapun sub bab selanjutnya adalah sub bab kerangka konseptual yang di dalamnya berisi penjabaran suatu konsep yang digunakan oleh peneliti sebagai kacamata untuk menganalisis data penelitian yaitu konsep diplomasi komersial dengan model konsep oleh Potter.

Ketiga, bab metode penelitian yang berisi penjelasan tentang metode yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian, terutama dalam menjawab apa yang menjadi fokus penelitian. Bab metode penelitian ini meliputi: a) pendekatan dan jenis penelitian; b) lokasi dan waktu penelitian; c) subjek penelitian dan *level of analysis*; d) tahap-tahap penelitian; e) teknik pengumpulan data; f) jenis dan sumber data; g) teknik analisis data; dan h) teknik pemeriksaan keabsahan data.

Keempat, bab hasil dan pembahasan yang mana dalam bab ini akan disajikan data-data yang telah ditemukan oleh peneliti selama proses penelitian, baik data yang diperoleh dari kegiatan wawancara, telaah dokumen, maupun data hasil pencarian di internet. Di samping itu, dalam bab ini juga akan diuraikan pembahasan hasil analisis data penelitian yang sesuai dengan fokus penelitian dan konsep yang digunakan. Hal-hal yang akan

diuraikan dalam bab hasil dan pembahasan ini meliputi: 1) profil PT Kekean Primanda Indonesia; 2) kronologi awal mula terjalannya kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture; 3) keuntungan-keuntungan yang didapatkan oleh masing-masing pihak yang bersangkutan dari adanya kesepakatan kerja sama perdagangan tersebut; 4) tujuan diplomasi komersial; 5) aktor diplomasi komersial; 6) sasaran diplomasi komersial; dan 7) hasil analisis upaya diplomasi komersial Indonesia menurut model konsep oleh Potter.

Kelima, bab penutup yang memuat uraian kesimpulan dari hasil penelitian dan juga saran atau rekomendasi yang diajukan oleh peneliti sesuai dengan topik penelitian dimana diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak terkait seperti para pengambil kebijakan, masyarakat dan para peneliti lainnya untuk penelitian serupa di masa mendatang.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

LANDASAN KONSEPTUAL

A. Upaya

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata “upaya” memiliki arti usaha untuk mencapai suatu maksud, memecahkan persoalan, mencari jalan keluar, dan sebagainya.³⁰ Sedangkan menurut Cambridge Dictionary, upaya adalah aktivitas fisik atau mental yang diperlukan untuk mencapai sesuatu.³¹ Berdasarkan dua definisi tersebut, dapat diketahui bahwa upaya merupakan suatu tindakan yang dilakukan dengan maksud untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan.

Dalam lingkup hubungan antar negara-bangsa, untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan itu tidaklah mudah. Sebuah negara sebagai salah satu aktor dalam hubungan internasional pun memerlukan adanya suatu instrumen maupun langkah tindakan yang dilakukan sebagai upaya untuk mencapai tujuan atau apa yang menjadi kepentingan nasionalnya. Untuk dapat menjalin hubungan luar negeri dengan negara lain serta dengan tujuan mencapai kepentingan nasional, maka upaya-upaya yang dapat dilakukan oleh negara umumnya ialah ditempuh melalui jalan damai seperti melakukan diplomasi, negosiasi, promosi, maupun dengan menjalin kerja sama dalam berbagai bidang. Begitu pun dalam rangka untuk menyelesaikan suatu konflik atau

³⁰ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), “Upaya,” Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Kamus versi online/daring (dalam jaringan), accessed April 17, 2023, <https://kbbi.web.id/upaya>.

³¹ Cambridge Dictionary, “Effort,” Cambridge Dictionary, accessed April 17, 2023, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/effort>.

permasalahan antar negara, apabila ditemui jalan buntu sehingga cara-cara damai secara diplomatik tidak dapat lagi dilakukan maka cara dengan menggunakan kekerasan dapat dilakukan sebagai upaya untuk menyelesaikan suatu konflik atau permasalahan yang ada.³²

Dengan demikian, dalam penelitian ini konteks upaya yang dimaksud ialah terkait dengan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia melalui aktivitas diplomasi komersial guna mendukung tercapainya kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture.

B. Diplomasi Komersial

Diplomasi menjadi suatu instrumen yang penting untuk mencapai kepentingan nasional suatu negara dan menjamin keuntungan yang maksimum bagi negara. Adapun kepentingan nasional tersebut dapat mencakup kepentingan di bidang politik, ekonomi, sosial budaya dan ideologi. Seperti halnya terkait pemeliharaan stabilitas keamanan nasional dan keutuhan wilayah negara; memajukan ekonomi dan perdagangan negara serta kepentingan komersial; melindungi warga negara sendiri yang sedang berada di wilayah negara lain; pengembangan budaya dan ideologi; dan sebagainya.³³ Untuk kepentingan ekonomi dan perdagangan, berbagai negara termasuk Indonesia telah merealisasikan praktik diplomasi komersial.

³² Yuniarti, "Perubahan Pola Hubungan Internasional 1990-an Dan Pengaruhnya Terhadap Realisme Versus Idealisme," *Jurnal Sosial Politika* 17, no. 1 (2010): 9.

³³ S.L.Roy, *Diplomasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 1991), 6.

Konsep diplomasi komersial telah didefinisikan oleh banyak pakar dengan pandangan yang berbeda-beda dimana dari definisi-definisi yang dipaparkan mengandung cakupan berbagai jenis aktivitas dari diplomasi komersial itu sendiri. Dalam ini terdapat pakar yang memahami konsep diplomasi komersial dalam lingkup tingkat makro maupun mikro. Seperti halnya Saner dan Yiu melalui pendekatan level makro menganggap bahwa diplomasi komersial ini merupakan bagian dari diplomasi ekonomi yang berkaitan dengan kebijakan ekonomi.³⁴ Dalam level makro pula Kopp mendefinisikan bahwa diplomasi komersial ini bersifat luas dan lebih berkaitan dengan negosiasi perjanjian perdagangan beserta implementasinya.³⁵ Sedangkan dalam level mikro, Mercier mendefinisikan diplomasi komersial sebagai suatu seni atau ilmu untuk membantu perusahaan suatu negara berdagang di luar negeri dan meyakinkan orang asing tentang keuntungan berinvestasi di negara asal. Tugas ini biasanya dilakukan melalui jaringan aktor publik dan swasta yang mencakup staf pemerintah, pemimpin bisnis, kamar dagang dan asosiasi.³⁶ Sehingga, dari sudut pandang mikro dapat dipahami bahwa diplomasi komersial berfokus pada mendukung perdagangan dan investasi ke dalam maupun ke luar.

³⁴ Raymond Saner dan Lichia Yiu dalam David Tanganelli and Victor Pou, "Commercial Diplomacy in Action to Ensure a Micro-State's International Competitiveness during Years of Economic and Political Turmoil: The Case of Andorra," *International Journal of Diplomacy and Economy* 1, no. 2 (2012): 165, <https://doi.org/10.1504/IJDIPE.2012.051682>.

³⁵ Harry W. Kopp, *Commercial Diplomacy and National Interest* (Washington: American Academy of Diplomacy, 2004), 7.

³⁶ Alexandre Mercier, "Commercial Diplomacy in Advanced Industrial States: Canada, the UK, and the US," *Netherlands Institute of International Relations "Clingendael,"* 2007, 25, https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20070900_cdsp_diplomacy_mercier.pdf.

Di samping itu, Naray juga mendefinisikan diplomasi komersial sebagai kegiatan yang dilakukan oleh perwakilan negara dengan status diplomatik dalam rangka promosi bisnis antara negara asal dan negara tuan rumah. Dengan tujuan untuk mendorong pengembangan usaha, perwakilan diplomatik melakukan serangkaian kegiatan promosi dan fasilitasi usaha/bisnis di bidang perdagangan, investasi, pariwisata, citra negara, juga promosi di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK).³⁷ Berdasarkan definisi oleh Naray, dapat dipahami bahwa aktivitas diplomasi komersial mencakup dukungan terhadap bisnis melalui promosi dan fasilitasi bisnis yang tidak hanya di bidang perdagangan saja tetapi juga terkait dengan investasi, pariwisata, atau kekayaan intelektual yang dilakukan oleh perwakilan pemerintah dengan status diplomatik.

Adapun menurut Lee, diplomasi komersial melibatkan promosi investasi ke dalam dan ke luar serta ekspor dalam perdagangan yang mana hal ini dapat diklasifikasikan ke dalam tiga kategori aktivitas yakni pertama pengumpulan dan penyebaran informasi komersial serta riset pasar potensial baik secara geografis maupun bagian. Kedua, mengembangkan kontak bisnis dan pemerintah di negara tuan rumah serta memperkenalkan sektor swasta dalam kontak ini. Ketiga, ada promosi barang dan produk baru di pasar tuan rumah

³⁷ Olivier Naray, "Commercial Diplomacy: A Conceptual Overview," in *7th World Conference of Trade and Promotion Organizations* (The Hague, The Netherlands, 2008), 2, https://www.researchgate.net/publication/255601282_Commercial_Diplomacy_A_Conceptual_Overview.

melalui penyelenggaraan seminar, pameran dagang, maupun lobi langsung.³⁸ Senada dengan itu, Yakop dan van Bergeijk mengungkapkan bahwa diplomasi komersial ini mengacu pada kegiatan yang dilakukan oleh pejabat publik dari misi diplomatik, departemen luar negeri dan departemen pemerintah lainnya yang bertujuan untuk mendukung promosi investasi asing langsung dan perdagangan internasional dengan memberikan informasi dan saran tentang peluang perdagangan dan investasi, serta dengan mengatur dan membantu bertindak sebagai tuan rumah bagi misi perdagangan dari negara asal.³⁹

Berangkat dari berbagai definisi yang telah dipaparkan oleh para pakar di atas, dapat diketahui bahwasanya diplomasi komersial merupakan suatu kegiatan diplomasi yang dilakukan oleh perwakilan negara dengan tujuan untuk mendukung bisnis dalam negeri melalui serangkaian kegiatan promosi, penyediaan informasi riset pasar, serta pengembangan kontak bisnis. Adapun aspek dukungan dan promosi bisnis meliputi bidang perdagangan, investasi, pariwisata, ilmu pengetahuan dan teknologi, serta perlindungan kekayaan intelektual.

Pada dasarnya, aktivitas utama diplomasi komersial adalah pekerjaan misi diplomatik untuk mendukung sektor bisnis dalam negeri.⁴⁰ Sarana

³⁸ Donna Lee dalam W R A ten Haaf, "Commercial Diplomacy and the Role of Embassies, From a Target Group Perspective: In the Case of the Royal Netherlands Embassy in Malaysia" (University of Twente, 2010), 15, <http://essay.utwente.nl/60184/>.

³⁹ Mina Yakop and Peter A G Van Bergeijk, "Working Paper THE WEIGHT OF ECONOMIC AND COMMERCIAL DIPLOMACY," *International Institute of Social Studies*, no. 478 (2009): 8, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1469137>.

⁴⁰ Alina Bokhan, "Commercial Diplomacy: Strategic Aspect of Development," in *The VIII Th International Scientific and Practical Conference "Modern Problems in Science"* (Prague, Czech Republic, 2020), 86, <https://doi.org/10.46299/ISG.2020.II.VIII>.

diplomasi komersial digunakan dengan menggabungkan unsur diplomatik dan komersial sehingga menggabungkan kepentingan pemerintah negara dan sektor bisnis.⁴¹ Oleh sebab itu, diplomasi komersial melibatkan dan menciptakan jaringan aktor negara (publik) dan bisnis (swasta). Diplomasi komersial berfokus pada pembangunan jaringan diplomat dan kelompok bisnis untuk mempromosikan perdagangan dan investasi serta advokasi bisnis. Jaringan diplomatik menyediakan intelijen komersial, pemasaran pariwisata, hubungan bisnis dan pencarian mitra, serta bantuan bisnis. Sedangkan secara konseptual, studi tentang diplomasi komersial menunjukkan jaringan organisasi yang kompleks yang melibatkan kementerian perdagangan (seringkali dengan badan/departemen promosi perdagangan), selain kementerian luar negeri.⁴²

Seperti yang telah diungkapkan oleh beberapa pakar di atas, adapun aktor-aktor yang terlibat peran dalam aktivitas diplomasi komersial di antaranya adalah aktor pemerintah (publik) yang memiliki misi diplomatik dan pelaku bisnis (swasta). Dalam hal ini, Kostecki dan Naray mengklasifikasikan aktor diplomasi komersial ke dalam dua tingkatan yaitu *high level* seperti kepala negara, perdana menteri, menteri atau anggota parlemen dan duta besar. Sedangkan *low level* meliputi utusan diplomatik khusus yang dikenal sebagai perwakilan perdagangan, atase komersial, atau

⁴¹ Robin Visser and Huub J.M. Ruël, "Innovation of International Business Support: A Research Agenda for Commercial Diplomacy," *International Journal of Diplomacy and Economy* 2, no. 3 (2014): 239, <https://doi.org/10.1504/IJDIPE.2014.064802>.

⁴² Donna Lee and Huub Ruel, "Introduction: Commercial Diplomacy and International Business: Merging International Business and International Relations," in *Advanced Series in Management*, vol. 9 (Emerald Group Publishing Ltd., 2012), xv, [https://doi.org/10.1108/S1877-6361\(2012\)0000009004](https://doi.org/10.1108/S1877-6361(2012)0000009004).

diplomasi komersial. Adapula jaringan organisasi khusus yang disponsori pemerintah yang bertanggung jawab untuk promosi perdagangan atau menarik FDI seperti *Trade Promotion Organization (TPO)* atau *Investment Promotion Agency (IPA)*.⁴³ Selain itu, baik diplomasi ekonomi maupun diplomasi komersial saat ini lebih ditangani oleh kementerian ekonomi dan perdagangan. Adapun aktor non-negara yang juga memiliki peran dalam diplomasi komersial yang mana mewakili kepentingan bisnis adalah kamar dagang serta asosiasi industri dan perdagangan.⁴⁴ Walaupun terdapat aktor non-negara termasuk sektor swasta yang terlibat dalam aktivitas diplomasi komersial, namun aktor pemerintah tetap memainkan peran yang utama dalam aktivitas diplomasi komersial.⁴⁵

Dalam aktivitas diplomasi komersial, aktor diplomasi komersial dapat memiliki tiga set peran yaitu *Facilitation* yakni mencakup peran khusus yang berkaitan dengan rujukan, koordinasi dan logistik. Hal ini berarti diplomat komersial menyatukan pemangku kepentingan bisnis dan/atau pemerintah dengan tujuan untuk kerja sama atau transaksi di masa depan; *Advisory* terdiri dari pengumpulan intelijen dan komunikasi internal. Dalam hal ini, diplomat komersial akan memberi informasi yang berkaitan dengan negara tuan rumah dan pasar sasaran; dan *Representation* yang mencakup advokasi dan

⁴³ Michel Kostecki and Olivier Naray, "Commercial Diplomacy and International Business," *Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael'*, 2007, 3, https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20070400_cdsp_diplomacy_kostecki_naray.pdf.

⁴⁴ Mercier, "Commercial Diplomacy in Advanced Industrial States: Canada, the UK, and the US," 3.

⁴⁵ Olivier Naray, "Commercial Diplomacy: An Integrative Framework," *International Journal of Diplomacy and Economy* 1, no. 2 (2012): 127, <https://doi.org/https://doi.org/10.1504/IJDIPE.2012.051684>.

komunikasi eksternal. Ketiga peran tersebut melintasi bidang kegiatan yang relevan seperti promosi perdagangan, investasi, citra perusahaan dan buatan, kerja sama dalam IPTEK dan perlindungan kekayaan intelektual.⁴⁶

Diplomasi komersial menargetkan dukungan bisnis perdagangan seperti promosi ekspor dan investasi asing langsung. Terkait aktivitas promosi ekspor, Mercier membagi dua kategori program yang dapat digunakan oleh pemerintah untuk promosi ekspor yaitu program layanan ekspor dan program pengembangan pasar. Kategori program layanan ekspor meliputi seminar untuk eksportir potensial, konseling ekspor, buku panduan cara mengekspor, dan pembiayaan ekspor. Sedangkan kategori program pengembangan pasar mencakup penyebaran prospek penjualan ke perusahaan, partisipasi dalam pameran dagang luar negeri, persiapan analisis pasar, dan buletin ekspor. Sedangkan mengenai investasi ke dalam, lembaga pemerintah menerapkan praktik seperti periklanan, surat langsung, seminar investasi, misi investasi, mencocokkan calon investor dengan mitra lokal, atau berpartisipasi dalam pameran dagang.⁴⁷

Diplomasi komersial penting dilakukan karena mampu membantu pemerintah dalam mencapai tujuan integrasi ekonomi internasional, serta terdapat tujuan internasionalisasi perusahaan bisnis. Terkait hal ini, Naray juga menyebutkan beberapa alasan akan pentingnya melakukan diplomasi komersial, yaitu: (1) Kebutuhan akan akses ke informasi bisnis yang andal

⁴⁶ *Ibid.*, 126.

⁴⁷ Mercier, "Commercial Diplomacy in Advanced Industrial States: Canada, the UK, and the US," 8.

dan netral; (2) Dukungan untuk kredibilitas dan citra pendatang baru yang lemah di pasar luar negeri; (3) Pencarian mitra melalui dorongan perusahaan nasional untuk melakukan internasionalisasi; (4) Penanganan konflik; (5) Dukungan delegasi negara asal ke negara tuan rumah; dan (6) Perhatian strategis, seperti upaya pemerintah untuk terlibat dalam kebijakan perdagangan strategis, dukungan untuk kegiatan riset dan pengembangan atau akses ke pasokan sumber daya energi dan bahan lainnya.⁴⁸

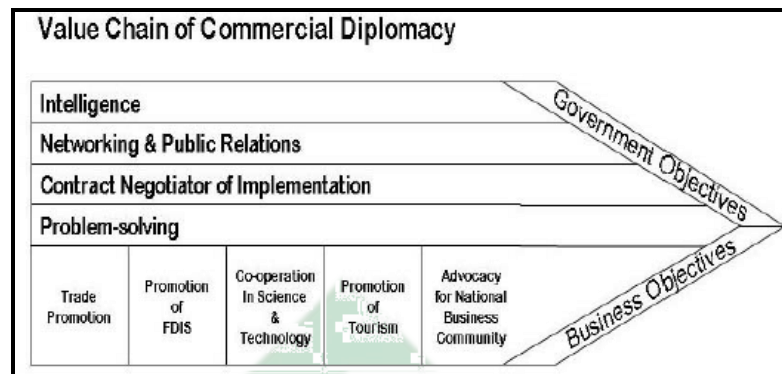
C. Model Diplomasi Komersial oleh Potter

Dalam penelitian ini, konsep diplomasi komersial yang digunakan oleh peneliti sebagai kaca mata dalam menganalisis data ialah konsep diplomasi komersial oleh Potter. Mengutip pandangan Potter, kegiatan diplomasi komersial merupakan “*value-creating activity*” atau aktivitas yang menciptakan nilai. *Value* atau nilai diartikan sebagai kombinasi manfaat yang didapat oleh penerima manfaat dikurangi biaya manfaat tersebut untuk bisnis dan pemerintah.⁴⁹ Dalam arti lain, manfaat yang didapat harus lebih tinggi daripada biaya.⁵⁰ Oleh karena itu, diplomasi komersial kemudian disajikan sebagai rantai nilai seperti dalam gambar berikut ini:

⁴⁸ Naray, “Commercial Diplomacy : A Conceptual Overview,” 3–4.

⁴⁹ Potter dalam Kostecki and Naray, “Commercial Diplomacy and International Business,” 7.

⁵⁰ Shirin Reuvers, “Research on Commercial Diplomacy: A Review and Implications,” *University of Twente* (University of Twente, 2012), 39, https://essay.utwente.nl/61817/1/2012-07_MSc_SIMReuvers.pdf.

Gambar 2.1 *Value Chain of Commercial Diplomacy*

Sumber: *Commercial Diplomacy and International Business* by Michel Kostecki and Olivier Naray⁵¹

Seperti yang terlihat pada gambar di atas, kegiatan diplomasi komersial sebagai rantai nilai diklasifikasikan ke dalam dua kategori yakni berdasarkan kepentingan pemerintah dan pelaku bisnis. Adapun kegiatan utama yang terkait dengan tujuan bisnis yaitu promosi perdagangan, FDI, ilmu pengetahuan dan teknologi, pariwisata, dan advokasi bisnis. Adapun kegiatan pendukung yang menyediakan masukan dan diperlukan untuk kegiatan utama agar dapat berlangsung yaitu intelijen, jaringan dan keterlibatan dalam relasi publik, dukungan untuk negosiasi bisnis dan implementasi kontrak, serta pemecahan masalah. Dalam hal ini, pemerintah merupakan pihak yang melakukan kegiatan pendukung terhadap aktivitas oleh pelaku bisnis.

a) *Government Objective*

1) *Intelligence*

Aktivitas ini mencakup pencarian informasi dan berurusan dengan pertanyaan bisnis dari perusahaan negara asal dan tuan

⁵¹ Potter dalam Kostecki and Naray, "Commercial Diplomacy and International Business," 8.

rumah. Hal ini juga termasuk pelaporan peluang yang dihasilkan dari permintaan tender, proyek pengembangan atau kebutuhan pelanggan industri, serta terkait peraturan yang mempengaruhi eksportir.⁵²

2) *Networking & Public Relations*

Melakukan jejaring dalam bisnis sangat diperlukan, hal ini dibangun untuk mempertemukan perusahaan dengan calon mitra bisnisnya. Sedangkan aktivitas relasi publik ini menjadi aktivitas yang juga dibutuhkan karena merupakan hal yang strategis dimana memungkinkan untuk melibatkan kontak dengan aktor atau tokoh penting seperti duta besar dan CEO perusahaan dalam kehadirannya di forum bisnis di negara tuan rumah. Pada dasarnya, aktivitas relasi publik tersebut bertujuan untuk mempertahankan kontak yang baik dengan para pemimpin bisnis dan otoritas serta mencakup upaya advokasi yang ditujukan untuk melindungi kepentingan bisnis negara asal dalam audiensi publik atau konsultasi dalam proses legislatif negara tuan rumah.⁵³

⁵² *Ibid.*, 8.

⁵³ *Ibid.*, 9.

3) *Contract Negotiator of Implementation*

Dalam upaya untuk mencapai kesepakatan dalam bisnis, pemerintah dapat bertindak sebagai penasihat dalam negosiasi kontrak bisnis.

4) *Problem Solving*

Salah satu aktivitas dukungan oleh pemerintah ialah terkait pemecahan masalah. Pemerintah memberikan dukungan untuk pemecahan masalah dalam hal bisnis atau dalam hubungan perusahaan-pemerintah, dan terkait kasus penyelesaian sengketa. Aktivitas pemecahan masalah seringkali mengacu pada perlindungan hak atas kekayaan intelektual, masalah perpajakan, bantuan kepada perusahaan nasional yang mengalami kerugian, dan ingin memperoleh kompensasi serta berbagai bentuk dukungan yang diberikan sebagai perlindungan diplomatik. Ketika terdapat konflik dalam bisnis, pemerintah melalui diplomat komersial atau perwakilannya sebisa mungkin akan membantu menemukan solusi yang ramah tanpa adanya prosedur yudisial.⁵⁴

⁵⁴ *Ibid.*, 10.

b) Business Objective

1) Trade Promotion

Promosi perdagangan ini biasanya dilakukan oleh pelaku usaha bisnis melalui keikutsertaannya dalam pameran dagang, misi dagang, konferensi atau seminar, kampanye promosi dan lain sebagainya.⁵⁵ Promosi perdagangan menjadi hal yang penting karena dapat membantu meningkatkan ekspor juga mencari pasar ekspor baru.

2) Promotion of FDI

Selain promosi perdagangan, dalam diplomasi komersial juga terdapat promosi *Foreign Direct Investment* (FDI) yang dilakukan dengan tujuan supaya perusahaan atau pelaku bisnis dapat memperoleh pendanaan atau investasi sehingga usaha bisnis dapat berkembang.

3) Cooperation in Science and Technology

Kerja sama dalam bidang Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) menjadi hal yang sama pentingnya dengan promosi dagang maupun investasi dalam diplomasi komersial. Karena

⁵⁵ *Ibid.*, 7.

dengan kerja sama ini dapat meningkatkan kapasitas bisnis dalam penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi.⁵⁶

4) *Promotion of Tourism*

Promosi pariwisata juga termasuk dalam aktivitas dalam diplomasi komersial. Promosi pariwisata menjadi salah satu yang penting dilakukan bagi negara yang memiliki potensi pariwisata, terlebih lagi bagi negara yang sebagian besar pendapatannya berasal dari dari sektor pariwisata. Promosi wisata dilakukan dengan tujuan untuk menarik para wisatawan asing untuk dapat berkunjung ke pariwisata negara.

5) *Advocacy for National Business Community*

Advokasi yang berpihak pada komunitas bisnis nasional berarti keterlibatan aktor diplomasi komersial dalam urusan publik untuk kepentingan perusahaan nasional dan asosiasi bisnis dalam urusan mereka dengan pemerintah negara tuan rumah, parlemen, atau publik utama.⁵⁷

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan indikator-indikator konsep *value chain of commercial diplomacy* oleh Potter sebagai landasan untuk menjawab fokus penelitian yaitu terkait bagaimana upaya diplomasi

⁵⁶ Khoiriyah, "Strategi Diplomasi Komersial Indonesia Dalam Bidang Ekonomi Digital Melalui Next Indonesia Unicorn (NextICorn) Tahun 2017-2019," 25–26.

⁵⁷ Kostecki and Naray, "Commercial Diplomacy and International Business," 8.

komersial Indonesia dalam mendukung kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture.

D. Kerja Sama Perdagangan

Adanya suatu kesepakatan kerja sama baik yang terjalin di antara dua perusahaan maupun antar dua negara atau lebih bukan lagi menjadi sebuah fenomena baru. Dengan semakin berkembangnya zaman, tantangan yang dihadapi akan semakin beragam dan kompleks. Oleh sebab itu, tidak heran bahwa suatu hubungan kerja sama penting untuk dibangun. Sedangkan dalam konteks bisnis, membangun hubungan kerja sama juga merupakan suatu hal yang penting karena dengan adanya hubungan kerja sama maka usaha bisnis akan dapat bertahan di tengah persaingan ketat antar para pelaku bisnis yang ada. Dengan terjalinnya hubungan kerja sama pula tidak menutup kemungkinan dapat mencapai tujuan atau *goals* dari bisnis itu sendiri.

Berdasarkan pada *Oxford Dictionary*, kerja sama diartikan “*working together to the same end*” yaitu bekerja bersama untuk tujuan yang sama.⁵⁸ Senada dengan itu, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan bahwa kerja sama merupakan sebuah kegiatan atau usaha yang dilakukan oleh beberapa orang (lembaga, pemerintah, dan lain-lain) untuk mencapai tujuan bersama.⁵⁹ Sedangkan dalam konteks bisnis, kerja sama didefinisikan

⁵⁸ Oxford Dictionary dalam Desiree BlankenburgHolm, Kent Eriksson, and Jan Johanson, “Business Networks and Cooperation in International Business Relationships,” *Journal of International Business Studies* 27, no. 5 (1996): 1037, <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490162>.

⁵⁹ Siti Nur Aeni, “Memahami Pengertian Kerja Sama Dan Faktor Yang Mempengaruhinya,” *Katadata.co.id*, accessed January 28, 2023,

sebagai perjanjian baik tertulis maupun lisan yang dibuat antara berbagai perusahaan untuk melakukan suatu kegiatan secara bersama-sama dengan tujuan tertentu yang pasti, dengan tingkat koordinasi dan struktur tertentu untuk melaksanakannya, serta dengan durasi waktu tergantung pada tujuan yang ingin dicapai.⁶⁰ Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat diketahui bahwa suatu kerja sama dilakukan oleh beberapa pihak yang memiliki tujuan sama. Sedangkan dalam konteks bisnis, kerja sama dapat berupa perjanjian baik lisan maupun tulisan yang terjalin oleh beberapa pihak yang memiliki tujuan sama untuk dicapai.

Kerja sama dapat terjalin dalam berbagai bidang kehidupan yang salah satunya ialah kerja sama dalam bidang ekonomi. Salah satu bentuk kerja sama dalam bidang ekonomi ialah terkait perdagangan. Dewasa ini, kerja sama perdagangan menjadi suatu kesepakatan kerja sama yang telah banyak terjalin. Hal ini dikarenakan kerja sama perdagangan dapat memberikan manfaat pada pertumbuhan ekonomi negara juga dapat membantu memperluas lapangan pekerjaan sehingga mampu mengurangi tingkat pengangguran.⁶¹ Kerja sama perdagangan biasanya berkaitan dengan aktivitas jual beli barang baik dalam negeri maupun lintas batas negara. Umumnya, kerja sama perdagangan diidentikkan dengan aktivitas ekspor dan impor.

<https://katadata.co.id/agung/berita/62d0e9911bca0/memahami-pengertian-kerja-sama-dan-faktor-yang-mempengaruhinya>.

⁶⁰ Nieves Arranz Peña and Juan Carlos Fernández de Arroyabe, *Business Cooperation: From Theory to Practice* (New York: Palgrave Macmillan, 2002), 36, <https://link.springer.com/book/10.1057/9780230554696>.

⁶¹ Rifai Afin, Herry Yulistiono, and Nur Alfillail Oktarani, "Perdagangan Internasional, Investasi Asing, Dan Efisiensi Perekonomian Negara-Negara ASEAN," *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan* 10, no. 3 (April 15, 2008): 262, <https://doi.org/10.21098/BEMP.V10I3.226>.

Dalam hal ini, aktor-aktor yang terlibat pada aktivitas kerja sama perdagangan terdiri atas aktor ekonomi yang mengejar kepentingan pribadinya dan aktor sosial yang mengejar visi terkait kepentingan publik. Aktor ekonomi tersebut meliputi eksportir, importir, produsen, pedagang dan pekerja yang di antaranya dapat berupa individu, perusahaan, korporasi, asosiasi perdagangan, atau serikat pekerja. Sedangkan aktor sosial dapat berupa NGO.⁶² Adapun pemerintah juga turut menjadi aktor yang terlibat dalam kerja sama perdagangan, dimana berperan sebagai pihak yang menetapkan aturan kebijakan terkait kerja sama perdagangan seperti halnya kebijakan ekspor dan impor. Selain itu, pemerintah juga memiliki peran sebagai fasilitator dalam kerja sama perdagangan di lingkup internasional.⁶³

Untuk dapat merealisasikan suatu kerja sama, maka dibutuhkan adanya kesepakatan kerja sama. Kesepakatan dalam kerja sama bisnis perdagangan dapat terjalin dengan beberapa struktur model yaitu *Business to Business* (B2B), *Government to Government* (G2G) dan *Business to Government* (B2G).⁶⁴ Dalam penelitian ini, konteks kerja sama bisnis perdagangan yang terjalin antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture adalah kerja sama bisnis ke bisnis atau B2B. Pada dasarnya, kerja sama B2B mengacu pada kerja sama dengan transaksi bisnis yang dilakukan antara dua

⁶² Steve Charnovitz, "Economic and Social Actors in the World Trade Organization," *ILSA Journal of International & Comparative Law* 7, no. 2 (2001): 259, <https://nsuworks.nova.edu/ilsajournal/vol7/iss2/3>.

⁶³ Rabiul Islam, Salwani Arbak, and Mohd Hasanur Raihan Joarder, "The Role of Government on Politics and International Trade," *Humanities and Social Sciences Reviews* 7, no. 3 (2019): 645, <https://doi.org/10.18510/HSSR.2019.7395>.

⁶⁴ Siddhartha Basu, "Contracts in International Business," *International Growth Centre (IGC) Myanmar*, 2019, 2, <https://www.theigc.org/sites/default/files/2019/03/Basu-2019-policy-brief-update.pdf>.

perusahaan atau bisnis ke bisnis, bukan antara perusahaan dengan konsumen individu. Transaksi B2B biasanya terjadi dalam rangkaian *supply chain* seperti perusahaan membeli komponen atau produk seperti bahan baku untuk digunakan dalam proses manufaktur.⁶⁵ Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa kerja sama B2B adalah kerja sama dengan transaksi bisnis antara perusahaan dengan perusahaan, sehingga tidak ada keterlibatan pemerintah dalam skema kerja sama B2B.⁶⁶ Namun, pemerintah dapat berperan dalam mendorong terjalannya kerja sama B2B.⁶⁷

Kesepakatan kerja sama B2B biasanya dibuktikan dalam bentuk kontrak. Kontrak diartikan sebagai suatu bentuk perjanjian yang dapat dipaksakan secara hukum dimana dua pihak atau lebih berkomitmen pada kewajiban tertentu sebagai imbalan atas hak tertentu.⁶⁸ Sedangkan menurut Dun dan Bradstreet, kontrak merupakan perjanjian formal yang mengikat secara hukum baik tertulis maupun lisan dan dikatakan sah apabila mencakup empat unsur yakni penawaran; penerimaan; intensi untuk suatu hubungan resmi; dan pertimbangan.⁶⁹

⁶⁵ James Chen, "Business-to-Business (B2B): What It Is and How It's Used," Investopedia, accessed January 30, 2023, <https://www.investopedia.com/terms/b/btob.asp>.

⁶⁶ Baheramasyah, "Pemerintah Tegaskan Pembangunan KIPi Menggunakan Skema Business to Business," InfoPublik, accessed February 17, 2023, [https://infopublik.id/kategori/nasional-ekonomi-bisnis/592112/pemerintah-tegaskan-pembangunan-kipi-menggunakan-skema-business-to-business?show=.](https://infopublik.id/kategori/nasional-ekonomi-bisnis/592112/pemerintah-tegaskan-pembangunan-kipi-menggunakan-skema-business-to-business?show=)

⁶⁷ Par Navi Radjou, "The B2B Sharing Revolution," Terra Nova, accessed February 17, 2023, <https://tnova.fr/economie-social/entreprises-travail-emploi/the-b2b-sharing-revolution/>.

⁶⁸ Andrew Goodchild, Charles Herring, and Zoran Milosevic, "Business Contracts for B2B," *Session 4: Electronic Contracts*, 2000, 63, https://www.researchgate.net/publication/2395653_Business_Contracts_for_B2B.

⁶⁹ Dun & Bradstreet dalam Basu, "Contracts in International Business," 2.

Kerja sama bisnis antar perusahaan umumnya terbentuk melalui serangkaian hubungan atau kontrak yang dibuat antara perusahaan-perusahaan berdasarkan pada perjanjian kerja sama dengan kompleksitas dan spesifisitas yang berbeda-beda.⁷⁰ Merujuk pada *Australia's Small Business Development Corporation*, kontrak kerja sama B2B dapat terbentuk dalam konteks pembelian barang dan jasa, suplai barang dan jasa, maupun kemitraan dalam bisnis.⁷¹ Kesepakatan kontrak dalam kerja sama antar perusahaan bersifat formal baik berbentuk tulisan maupun lisan dan mengikat secara hukum. Dalam kerja sama perdagangan, terutama terkait suplai barang, kesepakatan kontrak atau perjanjian diadakan untuk mengalihkan kepemilikan barang kepada pembeli tertentu dengan imbalan sejumlah uang tertentu serta untuk menjamin hak pembeli dalam mengamankan barang dan menjamin hak penjual dalam menagih pembayaran atas barang tersebut.⁷² Tak hanya itu, kontrak atau perjanjian kerja sama juga dibutuhkan untuk mengoordinasikan struktur kegiatan dalam kerja sama dan untuk menyelaraskan tujuan dari para pihak yang bekerja sama.⁷³

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, kerja sama perdagangan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kerja sama dalam suplai barang. PT Kekean Primanda Indonesia merupakan perusahaan tekstil asal Indonesia yang berhasil menjalin kerja sama dengan Christian Dior Couture yakni

⁷⁰ Peña and Arroyabe, *Business Cooperation: From Theory to Practice*, 18.

⁷¹ Australia Small Business Development Corporation dalam Basu, "Contracts in International Business," 2.

⁷² Eun Sup Lee, *Management of International Trade* (Verlag Berlin Heidelberg: Springer, 2012), 37, <https://doi.org/10.1007/978-3-642-30403-3>.

⁷³ Peña and Arroyabe, *Business Cooperation: From Theory to Practice*, 90.

sebagai supplier tekstil tetap. Dalam kerja sama tersebut, PT Kekean Primanda Indonesia melakukan suplai barang tekstil yaitu kain tenun Endek Bali kepada Christian Dior Couture. Kerja sama antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture tersebut dibuktikan dengan adanya kontrak bisnis berupa *Supplier Code of Conduct*.⁷⁴ *Supplier Code of Conduct* (SCoC) merupakan seperangkat prinsip, pedoman, atau standar tertulis yang dimaksudkan untuk meningkatkan kinerja sosial dan lingkungan perusahaan.⁷⁵ *Supplier Code of Conduct* menjadi suatu alat yang digunakan untuk membentuk hubungan antara organisasi (perusahaan) dan pemasok mereka yang sebagian besar diterapkan di pasar internasional, yang mana memuat perluasan dimensi persyaratan yang harus dipenuhi oleh pemasok.⁷⁶ Melalui *supplier code of conduct*, perusahaan (pembeli) dapat mengelola dan memantau praktik tanggung jawab etis dan sosial pemasok mereka.⁷⁷ Adapun komponen utama dalam SCoC seringkali mencakup praktik dan standar ketenagakerjaan yang membantu mencegah antidiskriminasi, standar kesehatan, dan jam kerja. SCoC juga mencakup kebijakan lingkungan yang

⁷⁴ Hasil Wawancara oleh Peneliti dengan Founder sekaligus CEO PT Kekean Primanda Indonesia, Achmad Nur Hasim, pada 10 Januari 2023.

⁷⁵ Monika Jedynak, "Systematic Review of the Literature on Supplier Code of Conduct," *International Journal of Contemporary Management* 17, no. 3 (2018): 155, <https://doi.org/10.4467/24498939ijcm.18.029.9625>.

⁷⁶ *Ibid.*, 153.

⁷⁷ Bin Jiang, "Implementing Supplier Codes of Conduct in Global Supply Chains: Process Explanations from Theoretic and Empirical Perspectives," *Journal of Business Ethics* 85, no. 1 (2009): 77, <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9750-z>.

menggambarkan penggunaan bahan, serta kebijakan etika yang berupaya mencegah antikorupsi.⁷⁸

Perusahaan pembeli Barat memberlakukan adanya dokumen *supplier code of conduct* pada pemasok mereka di negara berkembang. Dalam praktiknya, pemasok di negara berkembang akan diberikan SCoC dan diminta untuk mematuhi, serta diberi tahu bahwa pemasok harus menjalani audit sebagai bagian dari kontrak.⁷⁹ Implementasi dan kepatuhan pemasok terhadap SCoC tersebut dapat menjadi syarat untuk membangun dan memelihara hubungan kerja sama antara perusahaan *supplier* dengan perusahaan *buyer*.⁸⁰ Dalam hal ini, Christian Dior Couture yang merupakan salah satu perusahaan *fashion* di Barat pun memberlakukan SCoC pada *supplier* atau pemasok material produknya. Dengan demikian, adanya dokumen SCoC menjadi salah satu bentuk bukti komitmen kerja sama *supplier* antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture. PT Kekean Primanda Indonesia selaku *supplier* harus patuh terhadap serangkaian aturan termasuk praktik dan prinsip umum yang tertuang dalam dokumen SCoC yaitu terkait etika, standar pekerja dan tanggung jawab sosial, integritas bisnis, beserta regulasi perlindungan lingkungan.

⁷⁸ Stephanie Safdie, "What Is a Supplier Code of Conduct?," *greenly.resources*, accessed February 16, 2023, <https://greenly.earth/en-us/blog/company-guide/what-is-a-supplier-code-of-conduct>.

⁷⁹ Jiang, "Implementing Supplier Codes of Conduct in Global Supply Chains: Process Explanations from Theoretic and Empirical Perspectives," 77–78.

⁸⁰ Jedynak, "Systematic Review of the Literature on Supplier Code of Conduct," 165.

E. PT Kekean Primanda Indonesia

PT Kekean Primanda Indonesia merupakan sebuah perusahaan yang membawahi beberapa bidang usaha dimana salah satunya adalah bidang usaha tekstil dan produk tekstil. PT Kekean Primanda Indonesia tersebut didirikan pada September 2020.⁸¹ Sebelum berdiri menjadi sebuah badan hukum perseroan, PT Kekean Primanda Indonesia sebelumnya merupakan sebuah bisnis tekstil perorangan dengan nama Kekean Wastra Gallery yang dikembangkan oleh Achmad Nur Hasim sejak Desember 2014.⁸² Bisnis tekstil Kekean Wastra Gallery tersebut berdomisili di Jalan Raya Lungsiakan No. 55, Kedewatan, Ubud, Gianyar, Bali. Namun, pada perkembangannya kini PT Kekean Primanda Indonesia telah memperluas cabang galerinya di Kota Nganjuk, Jawa Timur yaitu Galeri Sarikat Kekean yang tepatnya berdomisili di Jalan Citandui No. 35, Kalianyar, Begadung, Nganjuk.

Bisnis tekstil PT Kekean Primanda Indonesia tersebut berfokus pada tiga jenis wastra yakni batik, tenun dan bordir yang mengusung nilai-nilai budaya lokal Indonesia. Selain itu, dalam bisnis tekstilnya, PT Kekean Primanda Indonesia juga mengusung *sustainable fashion* dan bersifat ramah lingkungan. Usaha tekstil PT Kekean Primanda Indonesia telah meraih berbagai prestasi di lingkup nasional dan internasional. Bahkan, pada akhir

⁸¹ Dokumen Arsip *Company Profile* Kekean Wastra Gallery.

⁸² KabarBUMN, "UMK Binaan Pertamina Kekean Wastra Gallery Berhasil Membawa Kain Tenun Indonesia Mendunia," KabarBUMN, accessed April 20, 2023, <https://kabarbumn.com/berita/583/umk-binaan-pertamina-kekean-wastra-gallery-berhasil-membawa-kain-tenun-indonesia-mendunia>.

tahun 2020 lalu PT Kekean Primanda Indonesia juga telah berhasil menjalin kerjasama dengan *brand* fesyen internasional yaitu Christian Dior.⁸³

F. Christian Dior Couture

Christian Dior Couture atau yang seringkali disebut dengan Dior merupakan sebuah perusahaan dengan *brand fashion* mewah nan populer asal Prancis. Perusahaan fesyen tersebut didirikan oleh seorang desainer asal Prancis pada tahun 1947 yaitu Christian Dior.⁸⁴ Christian Dior Couture merupakan salah satu dari enam merek fesyen mewah yakni berada di antara jajaran Louis Vuitton, Hermes, Gucci, Burberry dan Prada.⁸⁵ Dengan demikian, hingga kini Christian Dior Couture telah menjadi salah satu merek paling bergengsi di dunia dan menjadi inspirasi mode global sejak penciptaannya.

Perusahaan Christian Dior Couture telah menciptakan inovasi pada lini produknya yang mana mencakup sebagian besar kategori produk berkualitas tinggi seperti kulit, busana haute, pakaian siap pakai untuk pria dan wanita, perhiasan dan sepatu, serta bergantung pada *savoir-faire* yang luar biasa. Kreasi Christian Dior Couture didistribusikan hampir secara eksklusif dalam 198 jaringan toko miliknya di seluruh dunia. Jaringan ini mewakili 93 persen

⁸³ Kekean Gallery, "Tentang Kekean Wastra Gallery," Kekean Gallery, accessed April 20, 2023, <https://www.kekean.id/about>.

⁸⁴ The Editor of Encyclopaedia Britannica, "Christian Dior," Britannica, accessed April 16, 2023, <https://www.britannica.com/biography/Christian-Dior-French-designer>.

⁸⁵ Pierre-Yves Donzé and Ben Wubs, "Storytelling and the Making of a Global Luxury Fashion Brand: Christian Dior," *International Journal of Fashion Studies* 6, no. 1 (2019): 87, https://doi.org/10.1386/inf.6.1.83_1.

dari pendapatan merek dan memastikan kontrol menyeluruh atas distribusi dan citra mereknya.⁸⁶



⁸⁶ Christian Dior Finance, “2017 Project Aiming at Simplifying Christian Dior - LVMH Group Structures,” Christian Dior Finance, n.d., 3, <https://www.dior-finance.com/en/274-offre-publique-2017-visant-les-actions-christian-dior-en.html>.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif sebagai pendekatan penelitian dengan jenis penelitian deskriptif. Sesuai dengan definisi yang dikemukakan oleh Moleong dalam bukunya Herdiansyah yang berjudul *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial: Perspektif Konvensional dan Kontemporer*, bahwa penggunaan metode penelitian kualitatif ini dimaksudkan untuk memahami beserta memaknai suatu fenomena sosial secara holistik dengan bentuk data berupa kata-kata. Fenomena yang dipahami tersebut terkait apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya seperti perilaku, motivasi, persepsi, tindakan dan lain sebagainya.⁸⁷ Oleh karena itu, dengan menggunakan metode ini peneliti berusaha melakukan penelitian tentang fenomena sosial terkait upaya diplomasi komersial Indonesia dalam mendukung kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture. Penelitian ini dimulai dengan memahami secara utuh, luas, mendalam dan berdasar pada kondisi alamiah mengenai tindakan-tindakan yang menjadi upaya diplomasi komersial oleh pemerintah Indonesia hingga kemudian terjalin kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture.

⁸⁷ Lexy J. Moleong dalam Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial: Perspektif Konvensional Dan Kontemporer*, 2nd ed. (Jakarta: Salemba Humanika, 2019), 8.

Untuk merealisasikan hal tersebut, peneliti melakukan penggalian data dengan teknik wawancara kepada narasumber yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian yaitu dari pihak PT Kekean Primanda Indonesia dan pihak Pemerintah Indonesia yakni perwakilan dari Kementerian Perdagangan RI. Kemudian, hasil dari penelitian ini akan disajikan dengan penggambaran atau pendeskripsian data berupa kata-kata. Jadi, peneliti akan mendeskripsikan upaya diplomasi komersial yang dilakukan oleh aktor Pemerintah Indonesia dalam mendukung terjalannya kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture

Merujuk pada buku karya John W. Creswell dan J. David Creswell yang berjudul *Research Design: Qualitative, Quantitative & Mixed Methods Approaches 5th Edition*, peneliti mengetahui bahwa terdapat delapan karakteristik dasar dalam penelitian kualitatif yaitu pertama, *natural setting* yang berarti penelitian dilakukan berdasarkan kondisi alamiah atau apa adanya, dan peneliti pun cenderung melakukan pengumpulan data terkait fenomena yang diteliti secara langsung ke lapangan yang biasanya dilakukan dengan interaksi secara tatap muka dalam durasi waktu yang cukup panjang. Kedua, *researcher as a key instrument* yang berarti peneliti menjadi instrumen kunci dalam pelaksanaan penelitian. Sebagai instrumen kunci, peneliti memiliki peran besar dalam seluruh proses penelitian mulai dari pemilihan topik, pengumpulan data hingga proses analisis dan interpretasi data. Ketiga, *multiple sources of data* yang berarti dalam penelitian kualitatif ini tidak mengandalkan satu sumber data saja tetapi data dapat dikumpulkan

melalui berbagai macam teknik seperti melalui wawancara, observasi, peninjauan dokumen dan informasi audio visual. Keempat, *inductive and deductive data analysis* yang berarti bahwa peneliti kualitatif cenderung bekerja secara induktif, membangun pola, kategori dan tema dengan mengatur data menjadi suatu informasi yang semakin abstrak. Kelima, *participants meaning* yang berarti dalam penelitian kualitatif ini seorang peneliti harus bisa memahami makna dari partisipan terkait fenomena atau isu yang sedang dibahas. Keenam, *emergent design* yang berarti bahwa rencana awal dalam proses penelitian kualitatif tidak dapat ditentukan dengan tetap karena hal ini tidak menutup kemungkinan dapat terjadi perubahan atau pergeseran dalam setiap tahapan penelitian ketika peneliti mulai terjun langsung ke lapangan untuk mengumpulkan data. Ketujuh, *reflexivity* yang mengartikan bahwa peneliti akan merefleksikan mengenai peran mereka dalam penelitian dan latar belakang pribadi, budaya maupun pengalaman yang dimiliki sehingga dapat membentuk arah penelitian. Kedelapan, *holistic account* yang mana dalam hal ini peneliti berusaha untuk mengembangkan gambaran terkait fenomena yang diteliti secara lebih kompleks dengan melibatkan pelaporan berbagai perspektif, identifikasi faktor-faktor yang terlibat dalam suatu keadaan dan umumnya membuat sketsa gambaran.⁸⁸

Dengan mengacu pada delapan karakteristik tersebut, dalam ini peneliti melakukan proses penelitian terkait fenomena “upaya diplomasi komersial Indonesia dalam mendukung kerja sama perdagangan antara PT Kekean

⁸⁸ John W. Creswell and J. David Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative & Mixed Methods Approaches*, 5th ed. (Great Britain: SAGE Publications, Inc, 2018), 181–82.

Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture” dengan didasarkan pada kondisi alamiah dan fakta di lapangan tanpa ada yang dibuat-buat. Dalam penelitian ini, peneliti selaku informan kunci memiliki peranan besar dalam setiap tahapan proses penelitian mulai dari melakukan *preliminary research* hingga pemilihan topik penelitian. Peneliti juga melakukan pengumpulan data sendiri melalui wawancara dengan pihak-pihak yang terlibat dalam fenomena yang diteliti tersebut secara *online* maupun pertemuan tatap muka langsung. Tak hanya itu, pengumpulan data juga peneliti lakukan dengan meninjau berbagai macam literatur dokumen yang tersedia melalui internet maupun dokumen yang telah diberi izin akses oleh pihak Kementerian Perdagangan RI dan pihak PT Kekean Primanda Indonesia. Dalam ini peneliti berusaha untuk memahami fenomena terkait upaya diplomasi komersial Indonesia dalam mendukung kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture secara utuh, menyeluruh dan mendalam sehingga dapat menggambarkan fenomena ini dengan lebih kompleks.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan fokus penggalan data pada pihak-pihak yang terlibat dalam aktivitas diplomasi komersial untuk mendukung kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture. Adapun pihak-pihak tersebut yaitu perwakilan dari Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN), Kementerian Perdagangan Republik Indonesia selaku pihak dari sisi pemerintah beserta

pihak dari PT Kekean Primanda Indonesia selaku pelaku bisnis. Dengan demikian, proses penggalan data dilakukan secara langsung di galeri cabang yang dimiliki oleh PT Kekean Primanda Indonesia yaitu Galeri Sarikat Kekean di Jl. Citandui No. 35, Kalianyar, Begadung, Kecamatan Nganjuk, Kabupaten Nganjuk. Namun, ketika proses penggalan data dalam rangka *preliminary research* itu dilakukan secara *online* melalui aplikasi WhatsApp karena tidak memungkinkan untuk dilaksanakan tatap muka secara *offline*. Sedangkan proses penggalan data terhadap pihak DJPEN Kementerian Perdagangan RI dilakukan secara virtual melalui aplikasi *Zoom Meeting* dikarenakan kendala pada kondisi jarak yang jauh. Adapun terkait dengan waktu penelitian ialah dilaksanakan dalam kurun waktu 4 (empat) bulan terhitung mulai bulan Januari hingga April 2023, yang mana mencakup proses penelitian sekaligus penyusunan laporan.

C. Subjek Penelitian dan Tingkat Analisis (*Level of Analysis*)

Dalam penelitian ini, peneliti memposisikan Pemerintah Indonesia yang terwakilkan oleh Kementerian Perdagangan RI sebagai subjek penelitian. Adapun terkait dengan tingkat analisis, peneliti menentukan tingkat analisis sesuai dengan identifikasi oleh Prof. Mochtar Mas'ood dalam karya bukunya yang berjudul *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*. Dalam ini, *level of analysis* menurut Prof. Mas'ood dikategorikan menjadi lima tingkatan, yaitu:

1. Perilaku Individu

Dalam level analisis ini, terdapat asumsi bahwa munculnya fenomena hubungan internasional adalah disebabkan oleh perilaku individu-individu yang saling berinteraksi di dalamnya. Oleh karena itu, peneliti harus menelaah sikap dan perilaku tokoh-tokoh pengambil keputusan seperti kepala pemerintahan, menteri luar negeri, penasihat keamanan, dan sebagainya untuk memahami fenomena hubungan internasional itu sendiri.⁸⁹

2. Perilaku Kelompok

Asumsi dalam level analisis ini menyatakan bahwa individu pada umumnya melakukan tindakan internasional dalam kelompok. Kelompok-kelompok kecil seperti halnya kabinet, dewan penasihat keamanan, elit politik, organisasi, birokrasi, departemen, badan-badan pemerintahan dan lain sebagainya. Baik itu kelompok kecil maupun organisasi-organisasi pada dasarnya dapat menentukan peristiwa-peristiwa internasional. Sehingga, fenomena hubungan internasional penting untuk dipahami dengan mempelajari perilaku kelompok-kelompok dan organisasi-organisasi yang terlibat dalam hubungan internasional. Karena sejatinya, hubungan internasional itu tidak terlepas dari hubungan antar berbagai kelompok.⁹⁰

⁸⁹ Mohtar Mas'ood, *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin Dan Metodologi* (Jakarta: LP3ES, 1990), 46.

⁹⁰ *Ibid.*, 46.

3. Negara-Bangsa

Dalam konteks hubungan internasional, dapat diketahui bahwa segala tindakan internasional pada dasarnya banyak didominasi oleh perilaku unit negara-bangsa. Oleh karena itu, penting untuk mempelajari proses pembuatan keputusan (politik luar negeri) oleh unit negara-bangsa yang telah dianggap sebagai suatu unit yang utuh. Level analisis ini diasumsikan bahwa apabila dihadapkan pada situasi kondisi yang sama, maka para *decision maker* cenderung melakukan perilaku yang sama.⁹¹

4. Pengelompokan negara-negara

Pada dasarnya, interaksi dalam hubungan internasional membentuk adanya suatu pola atau pengelompokan. Sehingga, tidak jarang negara-negara yang bertindak sebagai suatu kelompok. Oleh karena itu, dalam level analisis ini penting untuk mempelajari pengelompokan negara-negara seperti pengelompokan regional, pengelompokan sesuai dengan ideologi, aliansi, persekutuan ekonomi dan perdagangan, pengelompokan dalam PBB, dan lain sebagainya.⁹²

5. Sistem Internasional

Sistem sebagai suatu unit analisis penting untuk dipelajari. Hal ini dikarenakan sistem yang mencakup negara-bangsa di dunia beserta

⁹¹ *Ibid.*, 46–47.

⁹² *Ibid.*, 47.

interaksinya telah menentukan perilaku aktor hubungan internasional yang terlibat di dalamnya, terutama perilaku negara-bangsa.⁹³

Merujuk pada lima level analisis menurut Prof. Mochtar Mas'ood di atas, level analisis dalam penelitian ini adalah level negara-bangsa. Hal ini dikarenakan subjek dalam penelitian ini yaitu Pemerintah Indonesia yang terwakilkan oleh Kementerian Perdagangan RI. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa segala tindakan dalam hubungan internasional banyak didominasi oleh perilaku unit negara-bangsa. Sehingga dalam konteks penelitian ini, Pemerintah Indonesia yang diwakili oleh Kementerian Perdagangan RI selaku institusi pemerintahan telah terlibat dalam aktivitas hubungan internasional yakni berupa aktivitas diplomasi komersial dalam mendukung kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture.

D. Tahap-Tahap Penelitian

Dalam menjalankan penelitian ini, peneliti merujuk pada tahapan penelitian menurut Kirk dan Miller yang tercantum dalam buku karya Lexy J. Moleong berjudul *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Adapun tahapan tersebut adalah sebagai berikut.⁹⁴

⁹³ *Ibid.*

⁹⁴ Kirk dan Miller dalam Lexy J. Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), 127.

a. Tahap Pra-lapangan (*Invention*)

Pada tahap ini, peneliti mencari sebuah fenomena sosial yang memungkinkan untuk dijadikan sebagai topik penelitian. Peneliti menemukan bahwa fenomena kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture merupakan sebuah fenomena sosial yang menarik dan memungkinkan untuk dijadikan sebagai topik penelitian dalam disiplin Ilmu Hubungan Internasional. Kemudian, peneliti melakukan *preliminary research* atau pra-penelitian dengan tujuan untuk mencari data-data awal terkait fenomena yang hendak diteliti dan untuk membuktikan bahwa fenomena tersebut layak dijadikan sebagai topik penelitian. Kegiatan *preliminary research* ini peneliti lakukan dengan pencarian melalui internet juga dengan wawancara tahap awal pada pihak PT Kekean Primanda Indonesia untuk mengetahui fakta di lapangan. Setelah itu, barulah peneliti merancang sebuah proposal penelitian sekaligus menentukan fokus penelitian. Selain itu, peneliti juga mempersiapkan instrumen penelitian seperti pertanyaan pedoman wawancara hingga alat-alat pendukung penelitian lainnya.

b. Tahap Pelaksanaan Penelitian (*Discovery*)

Di tahap ini, peneliti melakukan kegiatan pengumpulan data yaitu melalui kegiatan wawancara semi-terstruktur dan mendalam

kepada narasumber yang telah dipilih yaitu *Founder* sekaligus CEO PT Kekean Primanda Indonesia beserta pihak Kementerian Perdagangan Republik Indonesia yang terlibat pada aktivitas diplomasi komersial sebagai upaya dalam mendukung kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture. Selain itu, peneliti juga mengumpulkan data dengan membaca berbagai macam literatur dokumen dari sumber terpercaya baik yang diakses secara langsung maupun secara *online* melalui internet yang di antaranya berupa buku, artikel, jurnal, majalah, dokumen resmi perusahaan, *website* resmi instansi, dan lain sebagainya.

c. Tahap Analisis Data (*Interpretation*)

Tahap analisis data yang dimaksud ialah peneliti akan menganalisis data-data yang telah diperoleh baik dari wawancara maupun melalui teknik dokumentasi. Pada tahapan ini, peneliti menggunakan teknik analisis data model interaktif oleh Miles dan Huberman yaitu diawali dengan tahap *data collection* melalui teknik wawancara dan dokumentasi, tahap *data condensation* dengan melakukan pemilihan dan pemfokusan data pada hal-hal yang pokok, tahap *display data* yang dilakukan dengan menyajikan data dalam bentuk naratif berupa kata-kata dan tahap *verification* atau penarikan kesimpulan. Dalam ini, peneliti menggunakan konsep diplomasi komersial sebagai kaca mata dalam menganalisis data-

data yang telah didapat untuk menjawab fokus penelitian terkait upaya diplomasi komersial Indonesia dalam mendukung kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture.

d. Tahap Penulisan Laporan (*Conclusion*)

Pada tahapan ini, peneliti akan menuliskan hasil analisis data-data yang sudah diperoleh dalam bentuk data berupa narasi kata-kata. Hasil analisis data tersebut akan ditulis ke dalam bentuk laporan skripsi sesuai dengan pedoman penulisan yang diterbitkan oleh Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, UIN Sunan Ampel Surabaya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah:

a. Wawancara

Dalam penelitian yang berjudul “Upaya Diplomasi Komersial Indonesia dalam Mendukung Kerja Sama Perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture”, peneliti menggunakan teknik wawancara sebagai metode pengumpulan data. Teknik wawancara umumnya menjadi metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif. Dalam hal ini, Esterberg

mengemukakan bahwa wawancara merupakan “*a meeting of two persons to exchange information and idea through question and responses, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic*”.⁹⁵ Sehingga, dapat diketahui bahwa wawancara adalah suatu kegiatan dimana terjadi pertemuan antara dua orang atau lebih dengan tujuan untuk saling bertukar informasi dan ide melalui aktivitas tanya jawab terkait suatu topik tertentu.

Dalam penelitian kualitatif, aktivitas wawancara dapat dilakukan melalui tiga bentuk metode yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi-terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Namun, peneliti menggunakan kegiatan wawancara semi-terstruktur sebagai metode pengumpulan data dalam penelitian ini. Wawancara semi-terstruktur ini merupakan model wawancara dimana peneliti telah mempersiapkan instrumen penelitian berupa rangkaian pertanyaan tertulis sebagai pedoman dan kontrol dalam alur pembicaraan ketika proses wawancara, akan tetapi pelaksanaan wawancara ini lebih bebas dibandingkan dengan wawancara secara terstruktur dimana peneliti dapat menggali data lebih dalam karena pertanyaan yang diajukan dapat bersifat fleksibel.⁹⁶ Dalam artian lain, peneliti memiliki kemungkinan untuk mengajukan suatu pertanyaan baru namun tidak keluar dari konteks tema penelitian sehingga penggalian data

⁹⁵ Kristin G Esterberg, *Qualitative Methods in Social Research* (New York: Mc Graw Hill, 2002).

⁹⁶ Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial: Perspektif Konvensional Dan Kontemporer*, 114.

informasi dapat menjadi lebih mendalam.⁹⁷ Hal inilah yang menjadi alasan peneliti untuk menggunakan wawancara semi-terstruktur dalam proses pengumpulan data. Melalui wawancara jenis ini, peneliti dapat menggali data informasi secara fleksibel yang mana ketika peneliti kurang memahami maksud dari penjelasan narasumber maka peneliti mengajukan suatu pertanyaan baru yang tidak tertulis dalam pedoman wawancara sebelumnya. Namun, pertanyaan baru tersebut tidak keluar dari konteks tema penelitian. Dengan begitu, peneliti dapat memperoleh pemahaman secara lebih mendalam terkait fenomena tentang upaya diplomasi komersial yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia dalam mendukung kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture.

Dalam penelitian ini, narasumber yang dipilih oleh peneliti adalah perwakilan dari Kementerian Perdagangan Republik Indonesia yang memiliki keterlibatan pada aktivitas diplomasi komersial yang dilakukan dalam mendukung kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture. Selain itu, narasumber dari sisi pelaku bisnis yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah Achmad Nur Hasim selaku CEO dan *Founder* dari PT Kekean Primanda Indonesia atau yang juga dikenal dengan Kekean Wastra Gallery.

⁹⁷ Antonius Alijoyo, Bobby Wijaya, and Intan Jacob, *Structured or Semi-Structured Interviews* (Bandung: CRMS Indonesia, 2009).

Alur kegiatan wawancara dengan kedua narasumber tersebut diawali dengan langkah pencarian kontak melalui instagram resmi @kekean.galeri dan *website* resmi <https://kemendag.go.id>. Setelah memperoleh kontak, barulah mengajukan permohonan izin melakukan riset dengan wawancara. Kemudian, disepakati waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan wawancara. Adapun hal-hal yang ditanyakan ialah terkait kronologi awal mula hingga terjalannya kesepakatan kerja sama antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture, hal-hal apa saja yang dilakukan oleh perwakilan Pemerintah Indonesia dan pihak PT Kekean Primanda Indonesia untuk mencapai kesepakatan kerja sama tersebut, apa saja keuntungan yang didapatkan dari adanya kesepakatan kerja sama tersebut, kendala yang dialami selama proses mencapai kesepakatan kerja sama, dan lain sebagainya.

b. Dokumentasi

Selain melakukan kegiatan wawancara semi-terstruktur sebagai teknik pengumpulan data, peneliti juga melakukan pengumpulan data menggunakan teknik dokumentasi yakni dengan membaca berbagai macam literatur dokumen yang sesuai dengan topik pembahasan baik yang diakses secara *online* melalui internet maupun secara langsung dalam bentuk cetak atau *hardfile*. Berbagai macam literatur dokumen tersebut dapat berupa buku, *e-book*, karya ilmiah, artikel dalam jurnal, maupun situs berita *online*, yang memiliki keterkaitan dengan konsep diplomasi komersial yang digunakan, serta berkaitan dengan

fenomena kerja sama perdagangan secara B2B antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture.

Peneliti juga melakukan pengumpulan data terkait industri TPT di Indonesia, fenomena kerja sama perdagangan secara B2B antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture, maupun terkait aktivitas diplomasi komersial yang dicari melalui situs *website* resmi instansi pemerintah yaitu <https://kemendag.go.id> dan <https://kemenperin.go.id> serta melalui media sosial seperti Youtube Pertamina, Tribunnews; juga Instagram resmi @djpen.kemendag, @kemendag, @kekean.galeri. Selain itu, peneliti juga melakukan pengumpulan data melalui dokumen dari perusahaan PT Kekean Primanda Indonesia dan instansi pemerintah yang telah diberi izin akses oleh pihak yang bersangkutan.

F. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif-deskriptif. Dengan demikian, data penelitian yang diperoleh merupakan data dengan jenis kualitatif yakni berupa kata-kata. Apabila melihat teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti, maka dapat diketahui bahwa sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer—data yang diperoleh secara langsung melalui kegiatan wawancara dengan narasumber yaitu Bapak Achmad Nur Hasim selaku *founder* sekaligus CEO PT Kekean Primanda Indonesia, serta perwakilan dari

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia selaku pihak pemerintah yaitu Ibu Riana Setia Sari. Sumber data primer juga peneliti peroleh melalui studi dokumentasi dengan mencari informasi data dari instagram resmi @kekean.galeri dan @djpen.kemendag, serta dari *website* resmi <https://kemendag.go.id>, www.kekean.id, <https://djpen.kemendag.go.id/>, dan <https://kemlu.go.id/paris>.

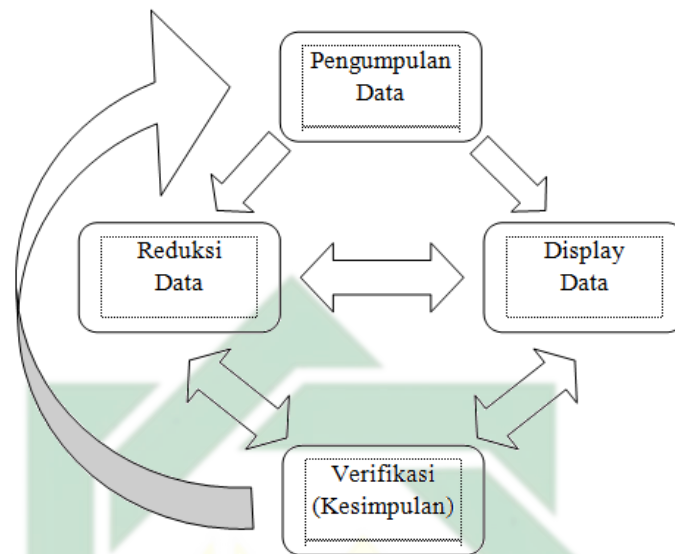
Selain itu, peneliti juga menggunakan sumber data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung. Data sekunder tersebut peneliti dapatkan melalui telaah berbagai macam literatur dokumen baik yang diakses secara langsung maupun secara *online* melalui internet. Beberapa sumber literatur dokumen tersebut dapat berupa buku, majalah, artikel dari situs berita *online*, artikel jurnal, juga berbagai arsip dokumen milik perusahaan dan pemerintah yang telah diberi izin akses oleh pihak yang bersangkutan.

G. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data model interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman, di antaranya adalah sebagai berikut:⁹⁸

⁹⁸ Miles dan Huberman dalam Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 321.

Gambar 3.1 Komponen Analisis Data Model Interaktif Miles dan Huberman



Sumber: Haris Herdiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*⁹⁹

Tahap pertama adalah *data collection* atau pengumpulan data. Dalam tahap ini peneliti melakukan pengumpulan data sebanyak dan seluas mungkin dengan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Proses pengumpulan data dalam penelitian ini diawali dengan *preliminary research* melalui studi dokumentasi dan wawancara dengan pihak PT Kekean Primanda Indonesia selaku pelaku bisnis. Kemudian dengan tujuan untuk menjawab fokus penelitian, peneliti melakukan wawancara dengan pihak pemerintah yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian yaitu Kementerian Perdagangan Republik Indonesia dan pihak pelaku bisnis yakni PT Kekean Primanda Indonesia. Peneliti juga melakukan pengumpulan data dengan membaca berbagai macam literatur dokumen baik yang diakses secara *online* melalui internet maupun yang diakses secara langsung, termasuk

⁹⁹ Miles dan Huberman dalam Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial: Perspektif Konvensional Dan Kontemporer*, 151.

dokumen-dokumen yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian dan telah diberi izin akses oleh pihak yang bersangkutan baik oleh Kementerian Perdagangan RI maupun PT Kekean Primanda Indonesia.

Tahap kedua yaitu *data condensation*. Hal yang dilakukan dalam tahap ini adalah melakukan pereduksian data yang diperoleh. Reduksi data yang dimaksud adalah merangkum, memilih dan memilah hal-hal pokok dan memfokuskan pada bagian yang penting.¹⁰⁰ Dengan demikian, dalam tahap ini peneliti menggabungkan semua data yang telah diperoleh dari proses wawancara dan studi dokumentasi ke dalam bentuk skrip tulisan. Setelah penggabungan hasil wawancara dan studi dokumentasi, peneliti melakukan proses memilih dan memilah hal-hal pokok dan memfokuskan pada bagian penting yang sesuai dengan topik dan fokus penelitian yakni terkait dengan upaya diplomasi komersial Indonesia dalam mendukung kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture.

Tahap ketiga yaitu *display data* atau penyajian data. Terkait hal ini, Miles dan Huberman mengemukakan bahwa “*the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text*”.¹⁰¹ Sehingga dapat diketahui bahwa *display data* pada penelitian kualitatif umumnya ditampilkan dalam bentuk narasi. Dengan demikian, pada tahap ini peneliti akan menyajikan data yang telah diperoleh melalui proses reduksi

¹⁰⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R&D*, 323.

¹⁰¹ Miles dan Huberman dalam Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*, 325.

data dalam bentuk narasi berupa kata-kata yang jelas dan runtut. Penyajian data akan diawali dengan pendeskripsian tentang profil PT Kekean Primanda Indonesia. Kemudian dilanjutkan dengan penggambaran kronologi awal mula terjalannya kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture serta pendeskripsian terkait keuntungan-keuntungan yang di dapat baik oleh pihak pemerintah, pihak PT Kekean Primanda Indonesia maupun pihak Christian Dior Couture dari adanya jalinan kesepakatan kerja sama perdagangan tersebut. Selanjutnya peneliti akan menjabarkan terkait aktivitas-aktivitas diplomasi komersial yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia sebagai upaya dalam mendukung kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture.

Tahap keempat sekaligus terakhir yaitu tahap *verification*. Dalam tahap ini, peneliti akan melakukan pemeriksaan kevalidan data dan menarik sebuah kesimpulan yang tentunya dapat menjawab fokus penelitian.

H. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Supaya dapat diperoleh data valid yang tentunya sesuai dengan fakta di lapangan, maka dalam ini peneliti melakukan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan melalui uji kredibilitas, uji transferabilitas, uji reliabilitas

(*dependability*) dan uji objektivitas (*confirmability*) sesuai dengan tahap-tahap pengujian keabsahan data menurut Sugiyono.¹⁰²

1. Uji Kredibilitas

Dalam rangka menguji kredibilitas data hasil penelitian, peneliti melakukan:

- a. **Meningkatkan ketekunan**, dalam ini peneliti akan berusaha lebih cermat lagi dalam melakukan proses penggalian data dan pengecekan data-data yang diperoleh dari sumber Kementerian Perdagangan RI dan PT Kekean Primanda Indonesia, baik melalui wawancara maupun studi dokumentasi melalui sumber terpercaya sehingga akan didapatkan hasil data yang kredibel dan luas;
- b. **Triangulasi**, dalam buku karya Sugiyono disebutkan bahwa triangulasi merupakan cara menguji kredibilitas data dengan melakukan cek data dari berbagai sumber, teknik dan waktu. Berdasarkan hal ini dapat diketahui bahwa teknik triangulasi terdiri dari tiga macam yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik dan triangulasi waktu.¹⁰³ Namun, dalam ini peneliti melakukan kegiatan pemeriksaan keabsahan data melalui metode uji triangulasi teknik yakni menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data pada sumber yang sama tetapi

¹⁰² *Ibid.*, 365–73.

¹⁰³ *Ibid.*, 369.

menggunakan teknik yang berbeda.¹⁰⁴ Sehingga, dalam ini peneliti akan melakukan uji kredibilitas yaitu data yang didapat dari pihak Kementerian Perdagangan RI dan PT Kekean Primanda Indonesia melalui wawancara akan di cek dengan data yang diperoleh melalui studi dokumentasi. Apabila setelah dilakukan pengecekan ternyata dihasilkan data yang berbeda, maka peneliti akan melakukan diskusi lebih lanjut dengan pihak yang dijadikan sebagai sumber data untuk memastikan data mana yang dianggap lebih tepat. Tak hanya itu, peneliti juga melakukan uji triangulasi sumber yang mana kredibilitas data akan diuji dengan membandingkan atau mengecek data informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda¹⁰⁵ yaitu peneliti akan melakukan pengujian absah data yang diperoleh dari pihak Kementerian Perdagangan RI dan PT Kekean Primanda Indonesia, baik yang berupa sumber data primer maupun sumber data sekunder.

2. Uji Transferabilitas

Dalam rangka uji transferabilitas, peneliti akan melakukan dan memastikan penyusunan hasil penelitian dengan rinci, jelas, sistematis, naturalistik dan dapat dipercaya. Hal ini dilakukan supaya

¹⁰⁴ *Ibid.*, 369.

¹⁰⁵ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 219.

dapat diperoleh data hasil penelitian yang dipercaya sehingga dapat diaplikasikan di tempat lain atau dalam konteks situasi sosial lain.

3. Uji Reliabilitas (*dependability*)

Dalam ini, peneliti melakukan audit atau pemeriksaan terhadap proses penelitian mulai dari awal menentukan fokus permasalahan hingga akhir dalam pembuatan kesimpulan. Kegiatan audit ini akan dibantu oleh dosen pembimbing. Dalam rangka pemeriksaan atau audit ini, peneliti memaparkan keseluruhan aktivitas penelitian beserta progressnya secara rinci kepada dosen pembimbing. Begitu pula dalam hal pencarian data, peneliti akan menuliskan transkrip hasil wawancara secara rinci beserta hasil reduksi data kepada dosen pembimbing.

4. Uji Objektivitas (*confirmability*)

Kegiatan uji objektivitas dilakukan dengan menguji hasil penelitian yang mana dikaitkan dengan proses penelitian yang dilakukan. Ketika hasil penelitian telah diterima dan disepakati oleh banyak orang, maka kegiatan penelitian beserta hasilnya akan dikatakan objektif. Dalam hal ini, peneliti akan menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan hasil pencarian data di lapangan, juga dengan konsep diplomasi komersial sebagai landasan konseptual.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Profil PT Kekean Primanda Indonesia

PT Kekean Primanda Indonesia adalah sebuah perusahaan yang dikembangkan oleh Achmad Nur Hasim dengan salah satu bidangnya yaitu tekstil dan produk tekstil. PT Kekean Primanda Indonesia ini juga dikenal dengan Kekean Wastra Gallery. Hal ini dikarenakan sebelum berdiri menjadi sebuah badan hukum perseroan pada September 2020, bisnis tekstil PT Kekean Primanda Indonesia bermula dari bisnis tekstil perorangan yang dikembangkan oleh Achmad Nur Hasim sejak Desember 2014 yaitu Kekean Wastra Gallery. Kekean Wastra Gallery tersebut bertempat di Jalan Raya Lungsiakan No. 55, Kedewatan, Ubud, Gianyar, Bali.¹⁰⁶

Pada mulanya, usaha bisnis tekstil Kekean didirikan sebagai salah satu bentuk kepedulian terhadap upaya pelestarian nilai-nilai budaya nusantara yang kemudian diekspresikan melalui hasil karya wastra dengan mengungkap nilai budaya kearifan lokal. Dalam hal ini, bisnis tekstil PT Kekean Primanda Indonesia dengan *brand* Kekean Wastra Gallery berfokus pada tiga jenis Wastra Indonesia yaitu batik, tenun dan bordir yang memuat nilai identitas kearifan lokal dan budaya nusantara.¹⁰⁷

¹⁰⁶ Dokumen Arsip *Company Profile* Kekean Wastra Gallery.

¹⁰⁷ *Ibid.*

Bisnis tekstil PT Kekean Primanda Indonesia mengusung empat esensi yang kemudian dijadikan sebagai landasan bisnisnya.¹⁰⁸ Empat esensi tersebut adalah pertama, *local resources* yang mana dalam usaha produksinya PT Kekean Primanda Indonesia menggunakan bahan baku sebisa mungkin dari lokal. Kedua, *environmental friendly* yaitu PT Kekean Primanda Indonesia memperhatikan keramahan lingkungan dalam setiap produksinya. Hal ini berkaitan dengan limbah usaha yang dihasilkan. Dengan demikian, berbagai macam produk tekstil baik berupa tenun, batik maupun bordir yang diproduksi oleh PT Kekean Primanda Indonesia merupakan produk tekstil yang ramah lingkungan dan menerapkan *eco-ethical sustainable textile*. Ketiga, *fair trades* yaitu PT Kekean Primanda Indonesia mengusung misi dagang untuk mempromosikan produk wastra asli Indonesia di kancah internasional. Keempat, *empowerment* yaitu bisnis tekstil PT Kekean Primanda Indonesia selalu fokus dalam hal pemberdayaan. Dalam bisnisnya, PT Kekean Primanda Indonesia menjunjung tinggi sistem kesetaraan gender. Berkaitan dengan ini, PT Kekean Primanda Indonesia telah memberdayakan ratusan pekerja dimana sekitar 99 persen adalah kalangan perempuan yang di antaranya berasal dari daerah gambut atau mangrove, daerah nelayan atau pesisir pantai, serta daerah pelosok desa. Hal ini merupakan bentuk dari tujuan *women empowerment* oleh PT Kekean Primanda Indonesia. Tidak hanya sebatas itu, Achmad Nur Hasim selaku *Founder* dan CEO PT Kekean Primanda Indonesia tersebut juga memberikan porsi lebih bagi para

¹⁰⁸ *Statement* CEO PT Kekean Primanda Indonesia dalam Acara “Pertamina SMEXPO 2021”, diakses melalui Youtube, https://youtu.be/7_KnkVyms0U.

penyandang disabilitas untuk ikut serta berperan dalam pengembangan usaha bisnisnya. Diketahui bahwa mayoritas anggota dalam usaha tekstil PT Kekean Primanda Indonesia adalah generasi muda karena para generasi muda ini dinilai mampu memiliki pemikiran yang kreatif, segar, dan kekinian sehingga dapat berdampak pada kualitas produk yang dihasilkan.¹⁰⁹ Hal ini tentu menyesuaikan dengan perubahan zaman yang menuntut akan perkembangan mode dan tren baru yang kekinian.

Perjalanan bisnis tekstil Achmad Nur Hasim memang telah mengalami perkembangan pesat. Dimulai dari sebuah bisnis perorangan, *Founder* sekaligus CEO PT Kekean Primanda Indonesia tersebut kemudian berhasil mendirikan perusahaan besar beserta Kekean Foundation sebagai bentuk program tanggung jawab sosial. Tak hanya itu, PT Kekean Primanda Indonesia juga diketahui telah menaungi sebanyak 12 Kelompok Usaha Bersama (KUB) sebagai bentuk regenerasi perajin wastra nusantara yang saat ini telah tersebar di beberapa provinsi seperti di Jawa Timur, Bali, Nusa Tenggara, Sumatera hingga Kalimantan. Terkait dengan pangsa pasar, diketahui bahwa PT Kekean Primanda Indonesia kini telah membuka penjualan tekstil yang lebih luas. Berangkat dari acara pameran yang diikuti pertama kali oleh pihak Kekean yaitu dalam Acara Serat dan Warna Alam Festival yang diadakan di Denpasar, Bali pada tahun 2014¹¹⁰ beserta berbagai

¹⁰⁹ Pertamina, "Kekean Wastra Gallery: Binaan Pertamina Yang Berhasil Berdayakan Perempuan Dan Difabel Hasilkan Produk Berkelas Dunia," Pertamina, accessed January 22, 2023, <https://www.pertamina.com/id/news-room/news-release/kekean-wastra-gallery-binaan-pertamina-yang-berhasil-berdayakan-perempuan-dan-difabel-hasilkan-produk-berkelas-dunia>.

¹¹⁰ Dokumen Arsip Company Profile Kekean Wastra Gallery.

macam kegiatan promosi dagang lain yang diikutinya, sehingga hal tersebut akhirnya berhasil mengantarkan produk Kekean menembus pasar tekstil ekspor dengan negara tujuan Jepang dan Hong Kong pada tahun 2017. Setelah itu, produk Kekean juga berhasil menembus pasar tekstil Eropa dan Afrika.¹¹¹ Saat ini, pangsa pasar produk tekstil PT Kekean Primanda Indonesia telah meluas yakni hingga ke Eropa, Amerika Latin, Asia Timur, Asia Tengah, Afrika.

PT Kekean Primanda Indonesia telah banyak mengikuti aktivitas promosi dagang berupa pameran baik di lingkup nasional maupun internasional. Melalui aktivitas tersebut, tidak heran bahwa produk PT Kekean menjadi lebih dikenal baik oleh masyarakat lokal maupun mancanegara. Dengan keunggulan kualitas produknya yang mengusung konsep *eco-fashion* dan memuat nilai-nilai budaya kearifan lokal, PT Kekean Primanda Indonesia telah banyak menoreh beragam pencapaian. Beberapa di antaranya adalah menjadi stan dengan transaksi tertinggi di ajang Fesyar Surabaya BI dan KKJ BI Jawa Barat pada tahun 2019, mendapat juara ke-3 Adiwastra Nusantara di tahun 2018, dan masih banyak lagi.¹¹²

Sedangkan di tengah masa pandemi, tepatnya pada tahun 2020, PT Kekean Primanda Indonesia juga meraih pencapaian yakni mendapat penghargaan GDI Best dalam ajang Good Design Indonesia 2020. Good

¹¹¹ Ellyta Rahma, “Kekean Gallery Bawa Fesyen Indonesia Ke Panggung Internasional,” *Marketeers*, accessed January 22, 2023, <https://www.marketeers.com/kekean-gallery-bawa-fesyen-indonesia-ke-panggung-internasional/>.

¹¹² *Statement* CEO PT Kekean Primanda Indonesia dalam Acara “Pertamina SMEXPO 2021”, diakses melalui Youtube, https://youtu.be/7_KnkVyms0U.

Design Indonesia merupakan program ajang penghargaan untuk karya-karya desain terbaik yang diselenggarakan oleh Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN), Kementerian Perdagangan RI di tingkat nasional.¹¹³ Di samping itu, PT Kekean Primanda Indonesia juga berhasil meraih penghargaan dalam program Good Design Award G-Mark 2020, yaitu salah satu program penghargaan desain terbesar di dunia yang mana berupaya memberikan kontribusi untuk promosi desain internasional. Apabila suatu desain menjadi pemenang dan memperoleh sertifikat penghargaan dalam ajang tersebut, maka hal ini dapat berguna untuk mempromosikan produk desain sekaligus meningkatkan citra perusahaan.¹¹⁴ Dengan demikian, diperolehnya sertifikat penghargaan dalam ajang Good Design Award tingkat dunia tersebut secara tidak langsung menandakan bahwa produk PT Kekean telah diakui secara internasional sebagai produk dengan desain yang baik. Kemudian, di akhir tahun 2020 pula PT Kekean Primanda Indonesia telah berhasil menjalin kesepakatan kerja sama dengan salah satu *brand fashion* ternama di dunia yaitu Christian Dior Couture. Kerja sama yang terjalin adalah PT Kekean Primanda Indonesia menjadi *supplier* tekstil tetap untuk rumah mode Christian Dior Couture.

¹¹³ Indonesia Design Development Center (IDDC), “Good Design Indonesia, Optimalkan Ide Desain Anda!,” Indonesia Design Development Center (IDDC), accessed January 25, 2023, <http://iddc.kemendag.go.id/gdi/>.

¹¹⁴ G-Mark, “About GOOD DESIGN AWARD,” GOOD DESIGN AWARD, accessed January 25, 2023, <https://www.g-mark.org/about/?locale=en>.

B. Kesepakatan Kerja Sama antara PT Kekean Primanda Indonesia dan Christian Dior Couture

a. Kronologi Awal Mula Terjalin Kerja Sama Perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture

Awal mula terjalinnya kerja sama perdagangan secara B2B antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture ialah berawal dari adanya keinginan Christian Dior Couture untuk mengangkat tema *cultural heritage* dan *empowerment* dalam koleksi *Spring* dan *Summer* tahun 2021. Terkait hal itu, pada tanggal 7 Oktober 2020 bertepatan dengan agenda penghargaan bagi para pemenang Good Design Indonesia 2020, PT Kekean Primanda Indonesia mendapatkan informasi dari Kementerian Perdagangan Republik Indonesia bahwa terdapat peluang ekspor ke salah satu *brand fashion* ternama asal Prancis yaitu Christian Dior Couture. PT Kekean Primanda Indonesia pun mendapat kesempatan untuk mengikuti proses kurasi. Proses kurasi tersebut tidak hanya diikuti oleh PT Kekean Primanda Indonesia saja, tetapi juga diikuti oleh banyak pelaku bisnis tekstil lainnya.¹¹⁵

Dalam tahap kurasi tersebut, PT Kekean Primanda Indonesia diinstruksikan oleh Atase Perdagangan Indonesia di Paris untuk mengirimkan sampel produknya ke perusahaan fesyen Christian Dior Couture. Tak hanya itu, PT Kekean Primanda Indonesia juga diminta

¹¹⁵ Hasil Wawancara oleh Peneliti dengan Founder sekaligus CEO PT Kekean Primanda Indonesia, Achmad Nur Hasim, pada 10 Januari 2023.

untuk mengirimkan CV dan apa saja *achievement* yang telah diraihinya. Setelah itu, sampel-sampel yang telah dikirimkan tersebut harus melalui proses pengujian lab terlebih dahulu. Sebelumnya, memang telah banyak pelaku bisnis tekstil yang turut mengikutsertakan produknya dalam proses kurasi tersebut. Namun, terlihat bahwa belum ada produk yang berhasil lolos dalam tahap uji lab. Beruntungnya, PT Kekean Primanda Indonesia sebagai peserta yang terakhir dalam mengikuti proses kurasi tersebut berhasil lolos pada tahap kurasi dan uji lab.

Tidak berselang lama, pihak Christian Dior Couture kemudian mengirimkan balasan sampel kepada pihak PT Kekean Primanda Indonesia berupa produk tekstil yang tak lain adalah Kain Endek Bali. Dikarenakan ketertarikannya terhadap Kain Endek Bali tersebut, akhirnya pihak Christian Dior Couture meminta PT Kekean Primanda Indonesia untuk membuat kain yang sama persis dengan sampel yang diberikan tersebut dan harus dengan standar kualitas yang sama tanpa ada kesalahan sedikitpun. Awalnya, pihak Christian Dior Couture memesan kain tenun Endek dengan ukuran 600 meter. Kain pesanan tersebut ternyata dilakukan proses pengujian lab lagi dan pada akhirnya berhasil lolos. Baru setelah itu, muncul *Purchasing Order* (PO) oleh Christian Dior Couture. Diketahui bahwa Christian Dior Couture telah melakukan pemesanan Kain Endek kembali dengan ukuran yang berbeda-beda yakni sepanjang 800 meter, 900 meter, 1200, 1300, 1400, 1500 meter dan terakhir sepanjang 1710 meter.

Pada dasarnya, mulai dari awal pemberian informasi hingga pada tahap proses kurasi dan proses mencapai kesepakatan kerja sama yang dilalui oleh PT Kekean Primanda Indonesia tersebut tidak terlepas dari adanya keterlibatan peran dari pihak pemerintah. Pihak pemerintah Indonesia melalui Atase Perdagangan Indonesia di Paris terus melakukan pengawasan dan pendampingan seperti halnya dalam rangkaian *virtual meeting* yang diadakan dengan pihak Christian Dior Couture hingga pada akhirnya terjalin hubungan kerja sama secara B2B antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture, yakni PT Kekean Primanda Indonesia sebagai *supplier* tekstil tetap untuk Christian Dior Couture. Hal tersebut telah dibuktikan dengan adanya dokumen *supplier code of conduct* yang telah ditandatangani oleh pihak PT Kekean Primanda Indonesia selaku *supplier* tetap. Hubungan kerja sama yang terjalin tersebut berlaku sampai pada batas waktu yang tidak bisa ditentukan.¹¹⁶

Seperti yang telah diketahui bahwa produk tekstil yang disuplai oleh PT Kekean Primanda Indonesia adalah kain tenun Endek Bali. Kain tenun Endek Bali merupakan salah satu kain tenun tradisional khas Bali yang diproduksi dengan alat tenun bukan mesin (ATBM). Kain tenun Endek Bali produksi PT Kekean Primanda Indonesia tersebut telah dijadikan sebagai bagian dari koleksi musim semi dan musim panas tahun 2021 yang diluncurkan oleh Christian Dior Couture.

¹¹⁶ *Ibid.*

Tak hanya itu, pihak Christian Dior Couture juga menjadikan kain tenun Endek Bali tersebut sebagai salah satu material dalam koleksinya yang bertajuk “Kolase”.

Bukan tanpa alasan pihak Christian Dior Couture memilih menggunakan kain tenun Endek Bali sebagai salah satu bagian dari koleksi *Spring* dan *Summer* tahun 2021. Hal ini disesuaikan dengan tema yang diangkat yaitu terkait *cultural heritage* atau warisan budaya turun temurun serta *craftsmanship* Indonesia, khususnya dari para penenun perempuan.¹¹⁷ Seperti yang telah diketahui bahwa kain tenun Endek Bali ini merupakan warisan budaya turun temurun dari masa kerajaan sejak abad ke-16.¹¹⁸ Selain itu, kain tenun Endek Bali ini umumnya juga digunakan sebagai pakaian sakral yang dipakai pada saat upacara adat dan keagamaan, walaupun lambat laun penggunaan Kain Endek Bali kini juga digunakan sebagai pakaian masyarakat dalam kegiatan sehari-hari tanpa harus membedakan kasta.¹¹⁹ Oleh karena itu, tidak heran jika kain tenun Endek Bali sarat akan nilai-nilai budaya lokal. Di samping itu, nilai yang terkandung dalam tema yang diusung oleh Christian Dior Couture juga selaras dengan esensi

¹¹⁷ Dini Nurhadi Yasyi, “Sudah Tampil Di Paris Fashion Week, Dior Teken Kontrak Adat” Kain Endek Bali,” Good News From Indonesia, accessed February 2, 2023, <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/01/14/sudah-tampil-di-paris-fashion-week-dior-teken-kontrak-adat-kain-endek-bali>.

¹¹⁸ Heni Kholifatul Ulum, “Kain Endek : Potensi Bangkitnya Ekonomi Bali Di Tengah Pandemi,” Kementerian Keuangan Republik Indonesia, accessed December 11, 2022, <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-denpasar/baca-artikel/14495/Kain-Endek-Potensi-Bangkitnya-Ekonomi-Bali-di-Tengah-Pandemi.html>.

¹¹⁹ Ni Made Ariani, “Pengembangan Kain Endek Sebagai Produk Penunjang Pariwisata Budaya Di Bali,” *Jurnal Ilmiah Hospitality Management* 9, no. 2 (2019): 154, <https://doi.org/https://doi.org/10.22334/jihm.v9i2>.

landasan bisnis PT Kekean Primanda Indonesia terkait *woman empowerment*, yang mana dalam hal kerja sama ini *Founder* sekaligus CEO PT Kekean Primanda Indonesia telah memberdayakan penunjang dari kalangan perempuan sebanyak 120 orang yang merupakan Kelompok Usaha Bersama (KUB) Mandala dari Gianyar, Klungkung dan Denpasar Bali. Selain itu juga terkait dengan produksi tekstil yang bersifat ramah lingkungan¹²⁰

b. Keuntungan Kesepakatan Kerja Sama Perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture

Adanya hubungan kerja sama yang dijalin tentunya tidak terlepas dari kepentingan yang dimiliki oleh masing-masing pihak. Dengan kata lain, terdapat suatu tujuan yang tidak bisa dicapai apabila tidak dilakukan kerja sama. Dengan demikian, hubungan kerja sama yang terjalin tentu memberikan beragam manfaat atau keuntungan bagi pihak-pihak yang bersangkutan dalam kerja sama tersebut. Salah satunya yaitu terkait pencapaian tujuan atau *goals* yang diinginkan.

Begitu juga dalam kesepakatan kerja sama perdagangan yang terjalin di antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture. Di samping adanya kepentingan atau tujuan yang ingin dicapai oleh masing-masing pihak yang bersangkutan, hubungan kerja sama yang terjalin tersebut tentu juga mendatangkan beragam manfaat dan

¹²⁰ Hasil Wawancara oleh Peneliti dengan Founder sekaligus CEO PT Kekean Primanda Indonesia, Achmad Nur Hasim, pada 10 Januari 2023.

keuntungan bagi para pihak bersangkutan yang di antaranya adalah pihak Pemerintah Indonesia, PT Kekean Primanda Indonesia serta pihak Christian Dior Couture itu sendiri.

1. Keuntungan bagi Pemerintah Indonesia

Bagi pihak Pemerintah Indonesia sendiri, hubungan kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture telah memberikan berbagai macam keuntungan yang di antaranya adalah sebagai berikut:

Pertama, adanya aktivitas suplai kain tenun Endek Bali yang dilakukan oleh PT Kekean Primanda Indonesia dapat membantu meningkatkan perekonomian negara Indonesia sekaligus menambah devisa negara. Seperti yang telah disebutkan dalam buku karya Wahyu Puji Astuti yang berjudul “Ekspor dan Impor” yaitu jika ekspor yang dilakukan oleh suatu negara semakin banyak maka akan semakin besar pula devisa yang akan diperoleh suatu negara tersebut.¹²¹ Tak hanya itu, kerja sama suplai kain tenun Endek Bali juga dapat menjadi salah satu langkah dalam mengembangkan ekonomi kreatif,

¹²¹ Wahyu Puji Astuti, *Ekspor Dan Impor* (Semarang: Mutiara Aksara, 2019), 18.

terutama di wilayah Bali selaku wilayah asal kain tradisional Endek Bali.¹²²

Kedua, adanya hubungan kerja sama tersebut dapat membantu meningkatkan *branding* atau citra Indonesia di kancah internasional terutama dalam dunia *fashion* internasional. Christian Dior Couture merupakan salah satu *brand fashion* mewah dan ternama dalam lingkup global, sehingga tentunya *brand* Christian Dior Couture tersebut telah dikenal oleh masyarakat dunia. Ketika kain tenun Endek Bali tersebut diekspor ke perusahaan Christian Dior Couture dan digunakan sebagai bagian dari koleksi *Spring* dan *Summer* 2021, maka secara otomatis kain Endek asal Bali Indonesia tersebut menjadi dikenal luas oleh masyarakat mancanegara. Selain itu, hasil produk wastra Indonesia yakni kain tenun Endek Bali pun diakui memiliki standar internasional. Berkaitan dengan ini, tidak hanya sekedar kainnya saja yang menjadi dikenal tetapi nama negara Indonesia juga akan ikut harum dan dikenal oleh masyarakat dunia.

Ketiga, dapat mempromosikan budaya bangsa Indonesia.¹²³

Terkait hal ini, nilai-nilai budaya dan kearifan lokal bangsa

¹²² Bali Travel Newspaper, "Balinese Endek Fabrics Attract World's Designer," Bali Travel Newspaper, accessed February 2, 2023, <https://balitravelnewspaper.id/en/balinese-endek-fabrics-attract-worlds-designer/>.

¹²³ *Ibid.*

Indonesia akan terekspresikan dan menjadi semakin dikenal oleh masyarakat global, terutama terkait nilai budaya dan kearifan lokal daerah Bali yang terkandung dalam kain tenun tradisional Endek tersebut. Dalam hal ini, Indonesia sebagai negara yang kaya akan kebudayaan dan tradisi kearifan lokal akan semakin terekspresikan di lingkup internasional serta semakin dikenal oleh masyarakat mancanegara.

Keempat, adanya hubungan kerja sama tersebut juga membantu membuka lapangan pekerjaan yang lebih luas sehingga hal ini tidak menutup kemungkinan dapat mengurangi tingginya angka pengangguran di Indonesia, terutama dapat membantu mengurangi angka pengangguran di wilayah Bali. Sebagai buktinya, untuk memenuhi permintaan suplai kain tenun Endek Bali tersebut, PT Kekean Primanda Indonesia telah banyak memberdayakan masyarakat lokal Bali terutama dari kalangan perempuan seperti ibu rumah tangga.¹²⁴

Kelima, hubungan kerja sama tersebut secara tidak langsung telah memberikan dampak positif bagi kelompok masyarakat penenun kain Endek di wilayah Bali yakni dalam hal peningkatan perekonomian kelompok masyarakat pengrajin tenun dan sekitarnya. Tak hanya itu, secara tidak langsung pula identitas beserta keberadaan kelompok masyarakat pengrajin

¹²⁴ *Ibid.*

kain tenun Endek Bali tersebut juga akan semakin dikenal secara global.¹²⁵

2. Keuntungan bagi PT Kekean Primanda Indonesia

Selain memberikan keuntungan bagi pemerintah, hubungan kerja sama tersebut tentunya juga memberikan keuntungan bagi PT Kekean Primanda Indonesia selaku pihak pelaku bisnis yang menjalin kerja sama bisnis perdagangan tersebut. Adapun beberapa keuntungan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Pertama, produk tekstil Indonesia terutama produk tekstil produksi PT Kekean Primanda Indonesia menjadi semakin dikenal oleh masyarakat internasional. Ketika produk kain Endek Bali produksi PT Kekean Primanda Indonesia digunakan oleh Christian Dior Couture sebagai bagian dari Koleksi *Spring and Summer* tahun 2021, maka produk tersebut secara otomatis terdistribusi secara global dan mendunia. Terlebih lagi *brand* Christian Dior Couture tersebut merupakan *brand fashion* mewah yang sudah dikenal secara internasional.

Kedua, aktivitas ekspor atau suplai kain tenun Endek Bali untuk Christian Dior Couture telah mendatangkan keuntungan berupa nilai secara finansial bagi PT Kekean Primanda Indonesia. Bahkan setelah adanya kerja sama suplai tersebut,

¹²⁵ *Ibid.*

produk kain tenun Endek Bali semakin banyak diminati dan diburu oleh pembeli baik pembeli dari dalam negeri maupun luar negeri. Seperti yang diungkapkan oleh *Founder* sekaligus CEO PT Kekean Primanda Indonesia bahwa terdapat peningkatan jumlah permintaan kain tenun Endek Bali yakni 60% dari *buyer* luar negeri dan 40% dari *buyer* dalam negeri.¹²⁶ Begitu juga dengan produk tekstil lainnya buatan PT Kekean Primanda Indonesia yang juga semakin banyak diminati. Hal ini diketahui dari adanya pencapaian transaksi dengan total lebih dari Rp 500 juta yang berasal dari pembelian produk PT Kekean oleh *potential buyer* di ajang pameran internasional *Trade Expo Indonesia (TEI) ke-37* di tahun 2022.¹²⁷

Ketiga, selain meningkatkan nilai ekspor produk, adanya hubungan kerja sama perdagangan tersebut juga meningkatkan *branding* dan *positioning* PT Kekean Primanda Indonesia di dunia *fashion* internasional. Ketika kain tenun Endek Bali mendunia, bukan hanya nama negara Indonesia saja yang menjadi semakin dikenal. Akan tetapi, nama PT Kekean Primanda Indonesia dengan *brand* Kekean Wastra Gallery juga turut *ter-exposure*. Sehingga, hal ini tidak lain dapat

¹²⁶ Hasil Wawancara oleh Peneliti dengan Founder sekaligus CEO PT Kekean Primanda Indonesia, Achmad Nur Hasim, pada 15 November 2022.

¹²⁷ Ridwan, "Diborong Australia, Arab Saudi Hingga Belanda, IKM Catat Transaksi Ratusan Juta Rupiah Di TEI 2022," *Industry.co.id*, accessed December 4, 2022, <https://www.industry.co.id/read/115751/diborong-australia-arab-saudi-hingga-belanda-ikm-catat-transaksi-ratusan-juta-rupiah-di-tei-2022>.

meningkatkan *branding* dan *positioning* PT Kekean Primanda Indonesia selaku pelaku bisnis tekstil dan produk tekstil.

Keempat, dapat membuka peluang pasar ekspor baru. Ketika produk tekstil semakin dikenal, begitu pula dengan *branding* dan *positioning* PT Kekean Primanda Indonesia selaku produsen tekstil yang kian meningkat, hal ini memberikan manfaat dapat membuka peluang pasar ekspor baru secara global, terutama peluang dalam industri *fashion* di kawasan Eropa.¹²⁸

3. Keuntungan bagi Christian Dior Couture

Adapun keuntungan yang didapatkan Christian Dior Couture dari adanya hubungan kerja sama B2B dengan PT Kekean Primanda Indonesia ialah Christian Dior Couture dapat memperoleh pasokan produk tekstil untuk material dalam produk usaha bisnisnya yang mana sesuai dengan keinginan dan kriteria tema yang diusung dalam koleksinya yakni terkait *cultural heritage* dan *woman empowerment*. Seperti yang telah diketahui bahwa kain tenun Endek Bali terutama yang diproduksi oleh PT Kekean Primanda Indonesia telah sesuai dan memenuhi syarat, standar juga kriteria yang diinginkan oleh Christian Dior Couture. Mulai dari produk yang memuat

¹²⁸ Hasil Wawancara oleh Peneliti dengan Founder sekaligus CEO PT Kekean Primanda Indonesia, Achmad Nur Hasim, pada 10 Januari 2023.

nilai budaya kearifan lokal, produk yang mengusung *eco-fashion sustainable* dan *environmental friendly* dalam setiap produksinya, serta dalam proses produksinya yang merupakan *handmade* dan memberdayakan perempuan.

C. Diplomasi Komersial oleh Pemerintah Indonesia terhadap Christian Dior Couture

a. Tujuan Diplomasi Komersial

Tindakan-tindakan yang dilakukan melalui aktivitas diplomasi komersial didasarkan oleh adanya kepentingan untuk meningkatkan ekonomi dan perdagangan negara. Dengan demikian, aktivitas diplomasi komersial tersebut tidak jauh dari adanya kepentingan komersialisasi dan mencari keuntungan. Adapun upaya diplomasi komersial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah terkait upaya diplomasi komersial yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia guna mendukung PT Kekean Primanda Indonesia selaku pelaku bisnis di sektor TPT dalam rangka untuk mencapai kesepakatan kerja sama perdagangan secara B2B antar dua pelaku bisnis yaitu PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture. Kerja sama perdagangan tersebut ialah terkait suplai produk tekstil *handmade* berupa kain tenun Endek Bali.

Seperti yang telah diketahui bahwa sarana diplomasi komersial digunakan dengan menggabungkan unsur diplomatik dan komersial,

sehingga terdapat gabungan antara kepentingan negara dan kepentingan sektor bisnis di dalamnya. Oleh karena itu, diplomasi komersial melibatkan aktor publik dan aktor swasta di dalam aktivitasnya. Adapun dalam konteks penelitian ini, upaya diplomasi komersial yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia dalam mendukung kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture tersebut melibatkan pihak PT Kekean Primanda Indonesia selaku pelaku bisnis yang bersangkutan. Baik pihak pemerintah maupun pihak PT Kekean Primanda Indonesia, keduanya pun memiliki tujuan dan kepentingan masing-masing.

Didasarkan pada kepentingan nasional untuk meningkatkan perekonomian dan perdagangan negara, pemerintah Indonesia melakukan aktivitas diplomasi komersial untuk mendorong ekspor dalam negeri terutama pada sektor TPT. Sektor TPT Indonesia telah menjadi salah satu sektor unggulan yang memiliki peran penting bagi perekonomian negara Indonesia dimana memberikan kontribusi sekitar 1,25 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB).¹²⁹ Oleh karena itu, tidak heran jika pemerintah terus berupaya mendorong ekspor tekstil dan produk tekstil dalam negeri. Apalagi dikarenakan munculnya pandemi Covid-19 pada awal tahun 2020 yang tidak dipungkiri memberikan dampak terhadap sektor industri TPT di Indonesia yang

¹²⁹ Indonesia Investment, "Textile and Garment Industry of Indonesia; More than Just Clothes, but Challenges Persist."

salah satunya adalah terjadi penurunan nilai ekspor produk tekstil Indonesia.

Dalam hal ini, pemerintah Indonesia telah berupaya meningkatkan ekspor produk tekstil Indonesia termasuk kain tradisional dengan alat tenun bukan mesin (ATBM) melalui aktivitas diplomasi komersial. Diketahui bahwa melalui aktivitas diplomasi komersial yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia telah berhasil mengantarkan adanya transaksi ekspor produk kain tenun Endek Bali produksi PT Kekean Primanda Indonesia melalui kerja sama perdagangan secara B2B dengan Christian Dior Couture yakni sebagai *supplier* tetap.

Adapun dalam upaya diplomasi komersial oleh pemerintah Indonesia tersebut tentu tidak terlepas dari adanya peran keterlibatan pihak PT Kekean Primanda Indonesia selaku pelaku bisnis yang membawa tujuan dan kepentingan bisnisnya. PT Kekean Primanda Indonesia berupaya untuk melakukan ekspansi pasar dan meraih keuntungan bagi usaha bisnisnya melalui aktivitas diplomasi komersial. Transaksi bisnis beserta kerja sama *supplier* dengan Christian Dior Couture tersebut dapat menjadi terobosan baru bagi bisnis PT Kekean Primanda Indonesia untuk memperluas pasar produknya dalam dunia internasional. Melalui *brand-brand* besar ternama yang salah satunya adalah Christian Dior Couture, PT Kekean Primanda Indonesia dapat meningkatkan *exposure branding* dan *positioning*-nya dalam dunia pertekstilan dan *fashion* di kancah internasional. Selain itu, dengan

adanya kerja sama tersebut dapat meningkatkan segala hal yang berkaitan dengan *value* dan finansial usaha bisnis PT Kekean Primanda itu sendiri, termasuk juga dalam hal meningkatkan jumlah permintaan produk.

Melalui aktivitas diplomasi komersial, PT Kekean Primanda Indonesia dapat meningkatkan jumlah permintaan produknya. Kerja sama suplai dan transaksi bisnis dengan Christian Dior Couture tersebut mampu meningkatkan jumlah permintaan produk PT Kekean Primanda Indonesia terutama dalam masa pandemi Covid-19. Untuk memenuhi permintaan dari Christian Dior tersebut, PT Kekean Primanda Indonesia telah memberdayakan perempuan sekitar 120 orang dari KUB Mandala yaitu ada di Gianyar, Klungkung dan Denpasar. Dari sini dapat kita ketahui bahwasanya kerja sama suplai kain tenun Endek tersebut dapat membantu meningkatkan taraf ekonomi masyarakat sekitar. Hal ini pun dapat memenuhi salah satu tujuan bisnis PT Kekean Primanda Indonesia yang lainnya yakni terkait pemberdayaan masyarakat sekitar terutama bagi kalangan perempuan.

b. Aktor Diplomasi Komersial

Berkaitan dengan pelaksanaan aktivitas diplomasi komersial, tentunya dibutuhkan peran keterlibatan dari para aktor di dalamnya. Dalam penelitian ini, kesepakatan kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture dapat

tercapai dengan melalui kegiatan diplomasi komersial sebagai bentuk upaya dukungan yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia. Dengan tujuan untuk mencapai kesepakatan kerja sama tersebut, aktivitas diplomasi komersial yang dilakukan tidak terlepas dari adanya peran keterlibatan dari aktor publik (pemerintah negara) yang diwakilkan oleh Kementerian Perdagangan RI melalui Atase Perdagangan Indonesia di Paris beserta aktor swasta yakni PT Kekean Primanda Indonesia selaku pelaku bisnis yang bersangkutan. Kedua aktor ini saling bersinergi dan memiliki peran masing-masing dalam aktivitas diplomasi komersial yang dilakukan untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan.

Pada dasarnya, atase perdagangan merupakan bagian dari Kementerian Perdagangan RI yang ditempatkan di perwakilan tertentu untuk melaksanakan urusan perdagangan antara Indonesia dengan negara penerima yang menjadi wilayah akreditasi perwakilan tersebut. Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 09 Tahun 2010 tentang Organisasi dan Tata Kerja Atase Perdagangan pada Perwakilan Republik Indonesia di Luar Negeri, seorang atase perdagangan memiliki tugas pokok yaitu meningkatkan hubungan dan kerja sama perdagangan antara negara Indonesia dengan negara penerima. Hal ini meliputi pengembangan dan peningkatan jaringan kerja sama,

pelaksanaan promosi, fasilitasi, pengamatan pasar dan peningkatan akses pasar ekspor.¹³⁰

Dalam konteks penelitian ini, atase perdagangan yang terlibat dalam aktivitas diplomasi komersial untuk mendukung kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture adalah Atase Perdagangan Indonesia di Paris, yakni perwakilan dari Indonesia yang melaksanakan urusan perdagangan antara Indonesia dengan negara Paris yang menjadi wilayah akreditasi. Atase Perdagangan Indonesia di Paris tersebut menjalankan tugas mengembangkan pasar dan promosi perdagangan produk Indonesia di negara Paris selaku wilayah negara akreditasi. Tak hanya itu, tugas yang dijalankan oleh Atase Perdagangan Indonesia di Paris ialah memberikan informasi tentang komoditas ekspor Indonesia serta membantu kerja sama antara pengusaha Indonesia, khususnya *Small Medium Enterprises* (SMEs) atau *start up* dengan negara akreditasi.¹³¹ Berkaitan dengan ini, apabila merujuk pada klasifikasi tingkatan aktor oleh Kostecki dan Naray maka Atase Perdagangan Indonesia di Paris tersebut merupakan aktor diplomasi komersial yang tergolong dalam tingkatan *low level*.

¹³⁰ Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, “Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 09/M-DAG/PER/3/2010 Tentang Organisasi Dan Tata Kerja Atase Perdagangan Pada Perwakilan Republik Indonesia Di Luar Negeri” (2010), 2–3, <https://jdih.kemendag.go.id/peraturan/stream/2277/2>.

¹³¹ Kedutaan Besar Republik Indonesia Paris Prancis, “Pejabat Dan Staff,” Kedutaan Besar Republik Indonesia Paris Prancis Merangkap Andorra, Monako, dan UNESCO, accessed March 29, 2023, https://kemlu.go.id/paris/id/lists/duta_besar_dan_pejabat/category-official-and-staff.

Baik Atase Perdagangan Indonesia di Paris maupun PT Kekean Primanda Indonesia, keduanya saling bersinergi dan memainkan peran penting dalam aktivitas diplomasi komersial yang dilakukan sebagai upaya untuk mendukung tercapainya kesepakatan kerja sama perdagangan dengan Christian Dior Couture. Atase Perdagangan Indonesia di Paris melakukan segala upaya melalui aktivitas diplomasi komersial untuk mendukung PT Kekean Primanda Indonesia dalam mencapai kesepakatan kerja sama perdagangan dengan Christian Dior Couture, seperti halnya melalui serangkaian aktivitas promosi perdagangan, fasilitasi interaksi B2B, penyediaan informasi terkait pasar, dan lain sebagainya.

Sedangkan PT Kekean Primanda Indonesia selaku aktor swasta (pelaku bisnis) juga turut memiliki keterlibatan peran dalam aktivitas diplomasi komersial tersebut. Hal ini dikarenakan menyangkut kerja sama perdagangan secara B2B yang akan dijalin dengan Christian Dior Couture yaitu dalam bentuk ekspor tekstil berupa kain tenun Endek.

c. Sasaran Diplomasi Komersial

Christian Dior Couture merupakan perusahaan dengan *brand fashion* mewah asal Prancis yang mana menjadi salah satu merek paling bergengsi di dunia. Christian Dior Couture selaku salah satu *brand fashion* populer di dunia dinilai cocok sebagai sasaran diplomasi komersial Indonesia. Memang, perusahaan dengan *brand fashion* global

yang mewah dan populer tidak hanya Christian Dior Couture saja. Tetapi dalam hal ini Christian Dior Couture menjadi sasaran diplomasi komersial Indonesia karena perusahaan *fashion* ini telah menyediakan peluang kerja sama yang potensial bagi sektor bisnis tekstil Indonesia. Apalagi adanya keunikan produk tekstil Indonesia terutama yang berupa produk *handmade* dengan memuat nilai budaya kearifan lokal dan bersifat ramah lingkungan tersebut telah menyita ketertarikan rumah mode Christian Dior Couture untuk digabungkan dalam inovasi produknya yang sebagian besar diproses melalui buatan tangan.

Tidak hanya untuk tujuan kerja sama dengan transaksi secara B2B, menjalin kerja sama bisnis dengan Christian Dior Couture pun mendatangkan rencana kegiatan lanjutan yang mana hal ini dapat memberikan keuntungan bagi sektor bisnis TPT Indonesia. Seperti halnya dalam bentuk *capacity building* bagi para desainer dan pelaku usaha serta kesempatan untuk visitasi ke Christian Dior Couture House di Paris.¹³²

Di samping itu, beberapa hal yang menjadikan Christian Dior Couture layak sebagai sasaran diplomasi komersial ialah Christian Dior Couture yang memiliki jaringan 198 toko di seluruh dunia. Kreasi produk Christian Dior Couture telah didistribusikan hampir secara eksklusif dalam jaringan 198 toko miliknya dan jaringan tersebut

¹³² Hasil Wawancara oleh Peneliti dengan pihak DJPEN Kementerian Perdagangan RI, Ibu Riana Setia Sari, pada 15 Maret 2023

mewakili 93 persen dari pendapatan merek dan memastikan kontrol menyeluruh atas distribusi dan citra mereknya.¹³³ Berkaitan dengan ini, ketika produk tekstil asal Indonesia yang memuat nilai budaya lokal dapat menjadi salah satu yang terdistribusi ke seluruh jaringan tokonya, maka hal ini dapat meningkatkan citra dan *branding* produk Indonesia.

Sejak tahun 2017, Christian Dior telah menjadi salah satu merek fesyen dengan pertumbuhan tercepat dan paling menguntungkan dengan perkiraan pendapatan tiga kali lipat yakni dari pendapatan sekitar €2,2 miliar pada tahun 2017 menjadi €6,6 miliar di tahun 2021.¹³⁴ Adapun profitabilitas perusahaan Christian Dior Couture juga mengalami peningkatan laba dari operasi berulang sebesar 24% per tahun.¹³⁵ Berbagai keunggulan yang dimiliki oleh Christian Dior Couture tersebut pun juga tidak menutup kemungkinan dapat memunculkan potensi kerja sama dengan skema B2B bagi sektor bisnis TPT Indonesia.

Pada tahun 2020 lalu, Christian Dior Couture membuka peluang ekspor tekstil dengan permintaan kain tradisional yang memuat nilai budaya khas kearifan lokal. Hal tersebut diperuntukkan bagi keluaran produk terbarunya yaitu koleksi *spring* dan *summer* tahun 2021 dengan

¹³³ Christian Dior Finance, “2017 Project Aiming at Simplifying Christian Dior - LVMH Group Structures.”

¹³⁴ Robert Williams, “Inside the \$7 Billion Dior Phenomenon,” *Business of Fashion*, accessed March 11, 2023, <https://www.businessoffashion.com/case-studies/luxury/christian-dior-strategy-lvmh-pietro-beccari-maria-grazia-chiuri-kim-jones/>.

¹³⁵ Christian Dior Finance, “2017 Project Aiming at Simplifying Christian Dior - LVMH Group Structures,” 5.

mengangkat tema *cultural heritage* dan *empowerment*. Oleh karena itu, hal tersebut tentu menjadi peluang bagi sektor bisnis Indonesia untuk dapat mengeksport produknya yang sesuai dengan spesifikasi tema yang telah ditentukan. Terkait hal ini, PT Kekean Primanda Indonesia selaku salah satu pelaku bisnis dalam bidang tekstil dan produk tekstil dengan produk *handmade* turut memiliki kesempatan untuk dapat mengeksport produknya kepada perusahaan *fashion* Christian Dior Couture. Dengan melalui tahap rekomendasi, kurasi dan uji lab, sampel produk tekstil produksi PT Kekean Primanda Indonesia berhasil lolos dan kemudian mendapatkan permintaan pesanan berupa kain tenun Endek Bali untuk disuplai ke Christian Dior Couture. Kain tenun Endek Bali tersebut dijadikan sebagai bagian dari Koleksi *Spring* dan *Summer* tahun 2021.

d. Aktivitas Diplomasi Komersial Indonesia Menurut Konsep Potter

Menurut konsep yang dikemukakan oleh Potter, aktivitas diplomasi komersial dibedakan dalam dua kategori yaitu aktivitas utama yang memuat tujuan dan kepentingan bisnis serta aktivitas pendukung yang memberikan dukungan dan masukan untuk keperluan aktivitas utama agar dapat berlangsung dengan lancar. Dalam hal ini, Kementerian Perdagangan RI melalui Atase Perdagangan Indonesia di Paris adalah aktor pemerintah yang melaksanakan aktivitas diplomasi komersial guna mendukung terjalannya kesepakatan kerja sama perdagangan secara B2B antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture. Sedangkan, PT Kekean Primanda Indonesia adalah aktor

swasta yang memiliki keterlibatan dalam aktivitas diplomasi komersial dengan tujuan kepentingan bisnis.

1. Aktivitas Intelligence

Dalam konteks untuk mendukung tercapainya kerja sama perdagangan secara B2B antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture, Pemerintah Indonesia melalui Atase Perdagangan Indonesia di Paris melakukan aktivitas diplomasi komersial yang diawali dengan aktivitas *intelligence*. Aktivitas *intelligence* yang dimaksud merupakan serangkaian aktivitas yang mencakup pencarian informasi beserta diseminasinya terkait peluang ekspor dan informasi pasar. Aktivitas ini juga mencakup urusan dengan pertanyaan bisnis dari perusahaan negara asal dan tuan rumah.

Dalam hal ini, pengumpulan informasi terkait dengan peluang ekspor dari Christian Dior Couture telah dilakukan oleh Atase Perdagangan Indonesia di Paris. Pihak Atase Perdagangan telah menerima adanya permintaan dari pihak Christian Dior Couture terkait dengan ketertarikannya terhadap kain tenun Endek Bali. Hal ini tentunya menjadi peluang bagi sektor bisnis negara Indonesia dalam bidang tekstil. Kemudian, informasi yang telah didapat tersebut disampaikan kepada pihak DJPEN Kementerian Perdagangan Republik Indonesia untuk dilakukan tindak lebih

lanjut, termasuk melakukan penelusuran dan mempelajari apa saja yang dibutuhkan.¹³⁶

Setelah itu, pihak DJPEN Kementerian Perdagangan RI membuat sebuah rekomendasi terkait pelaku usaha yang memiliki kesempatan untuk mengikuti peluang kerja sama bisnis dengan rumah mode Christian Dior Couture. Rekomendasi pelaku usaha tersebut dilakukan dengan melihat kepada *database* yang dimiliki oleh DJPEN Kementerian Perdagangan RI terkait binaan pelaku usaha berorientasi ekspor atau yang memang sudah ekspor dimana fokus usahanya ialah pada bidang *fashion* atau tekstil. Salah satunya yaitu melalui *database* ajang penghargaan Good Design Indonesia (GDI). Terkait dengan peluang kerja sama bisnis dengan Christian Dior Couture, pihak DJPEN Kementerian Perdagangan RI memberikan rekomendasi beberapa pelaku usaha yang mana salah satunya adalah PT Kekean Primanda Indonesia selaku alumni dari ajang Good Design Indonesia tahun 2020.¹³⁷

Adapun rekomendasi beberapa nama pelaku usaha tersebut disampaikan kepada Atase Perdagangan di Paris, kemudian barulah Atase Perdagangan di Paris tersebut melakukan komunikasi dengan pihak Christian Dior Couture. Setelah itu, pihak Atase Perdagangan di Paris beserta pihak Kementerian Perdagangan RI juga pihak

¹³⁶ Hasil Wawancara oleh Peneliti dengan pihak DJPEN Kementerian Perdagangan RI, Ibu Riana Setia Sari, pada 15 Maret 2023.

¹³⁷ *Ibid.*

Christian Dior Couture melakukan beberapa kali rapat untuk pemahaman tentang permintaan dari Christian Dior Couture dan apa saja hal-hal yang bisa dipenuhi oleh Kementerian Perdagangan RI. Selanjutnya, rekomendasi tersebut dikukuhkan dengan persuratan sehingga terdapat dokumentasi tertulis terkait rekomendasi pelaku usaha untuk Christian Dior Couture.¹³⁸

Terkait hal ini, PT Kekean Primanda Indonesia mendapatkan informasi dari Kementerian Perdagangan RI tentang kesempatan untuk mengikuti peluang kerja sama bisnis dengan Christian Dior Couture adalah pada tanggal 7 Oktober 2020, bertepatan dengan acara pemberian penghargaan kepada para pemenang Good Design Indonesia 2020. Setelah itu, hal yang dilakukan ialah proses pengiriman sampel ke Christian Dior Couture melalui Atase Perdagangan di Paris.¹³⁹

Ketika produk sampel dari PT Kekean Primanda Indonesia dipilih oleh pihak Christian Dior Couture, pihak pemerintah melalui Atase Perdagangan di Paris kemudian melakukan aktivitas pengumpulan informasi lebih lanjut yang berkaitan dengan kerja sama bisnis dengan Christian Dior Couture. Dalam hal ini, pihak Atase Perdagangan di Paris beserta pihak Kementerian Perdagangan RI memberikan informasi kepada PT Kekean

¹³⁸ *Ibid.*

¹³⁹ Hasil Wawancara oleh Peneliti dengan Founder sekaligus CEO PT Kekean Primanda Indonesia, Achmad Nur Hasim, pada 10 Januari 2023.

Primanda Indonesia terkait apa saja yang dibutuhkan untuk menjalin kerja sama bisnis dengan Christian Dior Couture, tema apa yang diambil, bagaimana prospek kerja sama dan keuntungan yang di dapat, serta terkait apa saja yang harus dilakukan oleh PT Kekean Primanda Indonesia. Setelah itu, segala bentuk komunikasi antara pihak Christian Dior Couture, Atase Perdagangan di Paris, Kementerian Perdagangan RI dan pihak PT Kekean Primanda Indonesia dilaksanakan secara daring melalui *Zoom Meeting*.¹⁴⁰

2. *Aktivitas Networking & Public Relations*

Membangun jaringan dan relasi bisnis sangat diperlukan demi terjalinnya hubungan kerja sama dalam bisnis. Pihak Pemerintah Indonesia telah membangun jaringan dan relasi bisnis untuk dapat membantu tercapainya kesepakatan kerja sama bisnis ke bisnis (B2B) antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture.

Upaya diplomasi komersial oleh pihak pemerintah Indonesia salah satunya ialah dilakukan melalui aktivitas *networking* dan *public relations* yang dalam hal ini terlihat dari kegiatan menyatukan calon mitra bisnis dari negara asal dengan Christian Dior Couture. Dalam hal ini, Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perdagangan RI memiliki *database* yang mencakup

¹⁴⁰ *Ibid.*

jaringan dan relasi kelompok pelaku usaha sudah ekspor maupun yang berorientasi ekspor. Salah satu *database* tersebut ialah dari ajang penghargaan Good Design Indonesia. Good Design Indonesia (GDI) adalah ajang penghargaan untuk karya desain terbaik yang diselenggarakan oleh pihak DJPEN Kementerian Perdagangan RI di tingkat nasional.¹⁴¹ Pada dasarnya, ajang GDI ini merupakan kerja sama Kementerian Perdagangan RI dengan Japan Institute of Design Promotion (JDP) dan Japan External Trade Organization (JETRO) yang bertujuan untuk meningkatkan desain produk ekspor Indonesia.¹⁴²

Dalam ajang tersebut dihasilkan alumni-alumni pemenang penghargaan yang salah satu di antaranya adalah PT Kekean Primanda Indonesia.¹⁴³ PT Kekean Primanda Indonesia merupakan salah satu alumni dalam ajang GDI tahun 2020 yang mana telah berhasil meraih penghargaan dengan kategori Best dalam ajang tersebut. Oleh karena itu, PT Kekean Primanda Indonesia menjadi kemudian menjadi salah satu pelaku usaha yang direkomendasikan untuk mengikuti peluang kerja sama bisnis dengan rumah mode Christian Dior Couture. Dari sini dapat diketahui bahwa melalui

¹⁴¹ Indonesia Design Development Center (IDDC), "Good Design Indonesia, Optimalikan Ide Desain Anda!"

¹⁴² Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, "Kemendag Luncurkan Good Design Indonesia 2021, Ajang Tingkatkan Desain Produk Ekspor Indonesia," PRESSRELEASE.id, accessed March 23, 2023, <https://pressrelease.kontan.co.id/release/kemendag-luncurkan-good-design-indonesia-2021-ajang-tingkatkan-desain-produk-ekspor-indonesia?page=all>.

¹⁴³ Hasil Wawancara oleh Peneliti dengan pihak DJPEN Kementerian Perdagangan RI, Ibu Riana Setia Sari, pada 15 Maret 2023.

relasi dan jaringan kelompok bisnis yang tersedia dalam *database* milik Kementerian Perdagangan RI, Pemerintah Indonesia yang terwakilkan oleh pihak DJPEN Kementerian Perdagangan RI dapat merekomendasikan nama-nama pelaku usaha yang memenuhi spesifikasi untuk berkesempatan mengikuti peluang kerja sama bisnis dengan Christian Dior Couture.

PT Kekean Primanda Indonesia adalah perusahaan dimana produknya berhasil lolos dalam tahap kurasi dan tahap uji lab oleh Christian Dior Couture, hingga kemudian terjalin kesepakatan kerja sama bahwa PT Kekean Primanda Indonesia dipilih sebagai *supplier* tetap untuk rumah mode Christian Dior Couture. Untuk dapat mencapai kesepakatan kerja sama perdagangan secara B2B antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture tersebut, pihak Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perdagangan RI dan Atase Perdagangan Indonesia di Paris telah bertindak sebagai fasilitator dimana bertanggung jawab mengawal, mendampingi dan mengawasi jalannya proses mencapai kesepakatan kerja sama hingga tuntas. Dalam hal ini, pihak Kementerian Perdagangan RI dan Atase Perdagangan Indonesia di Paris telah memfasilitasi dan menjembatani segala bentuk komunikasi antara pihak PT Kekean Primanda Indonesia dengan pihak Christian Dior Couture, termasuk mempertemukan kedua pihak yang bersangkutan melalui *virtual zoom meeting*. Tak hanya

itu, pihak Kementerian Perdagangan RI dan Atase Perdagangan di Paris juga terus mengawal di setiap pertemuan virtual melalui *zoom meeting* antara pihak PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture untuk melaporkan setiap *progress* produksi. Dalam setiap pertemuan yang dihadiri oleh pihak PT Kekean Primanda Indonesia, pihak Christian Dior Couture, Atase Perdagangan Indonesia di Paris dan pihak perwakilan dari DJPEN Kementerian Perdagangan RI tersebut selalu dilangsungkan secara virtual melalui *platform zoom meeting* karena kondisi saat itu merupakan masa pandemi Covid-19 sehingga tidak memungkinkan untuk dilakukan secara langsung.¹⁴⁴

Pihak pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perdagangan RI sebagai fasilitator juga telah melibatkan beberapa *stakeholder* dalam kegiatan ini yang di antaranya adalah Kementerian Luar Negeri dan Dinas Provinsi Bali. Kedua pihak ini memiliki kaitan erat dalam proses menjalin hubungan kerja sama secara B2B antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture. Pihak-pihak tersebut diharapkan harus bisa mendukung PT Kekean Primanda Indonesia untuk memenuhi permintaan dari Christian Dior Couture.

¹⁴⁴ Hasil Wawancara oleh Peneliti dengan Founder sekaligus CEO PT Kekean Primanda Indonesia, Achmad Nur Hasim, pada 10 Januari 2023.

Hal ini ditegaskan oleh Ibu Riana Setia Sari selaku pihak dari DJPEN Kementerian Perdagangan RI dalam sesi wawancara secara daring:

“Sebenarnya tidak hanya Kementerian Perdagangan saja dalam kegiatan ini, kami juga melibatkan Kementerian Luar Negeri juga Dinas Provinsi Bali. Jadi ada *stakeholder* yang kami libatkan dalam kegiatan ini. Kalau untuk Kementerian Luar Negeri memang di hubungan bilateralnya karena Atase Perdagangan itu berada di bawah KBRI dan PT Kekean itu sendiri memproduksi kainnya di Bali. Jadi, kami juga menganggap bahwa pihak-pihak ini juga harus bisa *support* dari kegiatan tentang bagaimana PT Kekean memenuhi permintaan dari Dior.”¹⁴⁵

3. Aktivitas *Problem Solving*

Salah satu aktivitas pendukung oleh pemerintah dalam diplomasi komersial adalah *problem solving*, dimana pemerintah berupaya membantu dalam aktivitas pemecahan suatu masalah atau kendala yang dihadapi oleh pihak pelaku bisnis. Adapun dalam kegiatan untuk mencapai kesepakatan kerja sama perdagangan secara B2B antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture, aktivitas *problem solving* yang dilakukan oleh pihak Pemerintah Indonesia ialah ketika terdapat kesulitan yang dialami oleh PT Kekean Primanda Indonesia yang terjadi di luar ranah bisnis. Hal ini mengingat bahwa skema bisnis yang dijalin ialah secara B2B.

¹⁴⁵ Hasil Wawancara oleh Peneliti dengan pihak DJPEN Kementerian Perdagangan RI, Ibu Riana Setia Sari, pada 15 Maret 2023.

Bentuk aktivitas *problem solving* oleh Pemerintah Indonesia adalah dilakukan sebelum memasuki kesepakatan di ranah bisnis antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture. Ketika itu, pihak PT Kekean Primanda Indonesia mengalami kesulitan dalam hal pengiriman *prototype* sampel. Kendala biaya menjadi salah satu masalah yang sedang dihadapi saat itu. Sehingga, terkait dengan biaya pengiriman tersebut dibantu oleh pihak pemerintah melalui Kementerian Perdagangan RI.¹⁴⁶

Adapun ketika sudah memasuki ranah bisnis atau sudah mulai kepada teknisnya, pihak Pemerintah tidak diperkenankan untuk terlibat campur tangan di dalamnya. Hal ini dikarenakan skema kerja sama yang terjalin adalah secara bisnis ke bisnis atau B2B antara dua pelaku bisnis yang bersangkutan, sehingga tidak ada peran keterlibatan pihak pemerintah maupun lembaga negara di dalamnya. Dengan demikian, ketika terjadi suatu permasalahan dalam ranah bisnisnya, misalnya seperti dalam hal transaksi bisnis ataupun lainnya, maka pihak pemerintah tidak memiliki wewenang untuk membantu dalam aktivitas pemecahan masalah apapun di dalamnya.

¹⁴⁶ *Ibid.*

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan kerangka konsep diplomasi komersial menurut Potter, peneliti menemukan bahwa pemerintah Indonesia melalui Atase Perdagangan Indonesia di Paris dan perwakilan dari Kementerian Perdagangan di Indonesia telah melakukan aktivitas diplomasi komersial sebagai upaya dalam mendukung terjalinnya kerja sama perdagangan antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture. Upaya-upaya tersebut di antaranya adalah:

1. Pemerintah Indonesia melakukan aktivitas *intelligence* melalui Atase Perdagangan di Paris yaitu mengumpulkan informasi terkait pasar dan peluang bisnis dengan Christian Dior Couture serta menyampaikan informasi tersebut kepada pihak DJPEN Kementerian Perdagangan RI.
2. Pemerintah Indonesia melakukan aktivitas *networking & public relations* yaitu menyatukan calon mitra bisnis dengan *buyer* Christian Dior Couture dengan membuat rekomendasi melalui jaringan *database* yang ada. Pihak pemerintah juga memfasilitasi dan menjembatani segala bentuk komunikasi antara pihak PT Kekean Primanda Indonesia dengan pihak Christian Dior Couture melalui *virtual meeting* serta melibatkan beberapa *stakeholder*.

3. Pemerintah Indonesia melakukan aktivitas *problem solving* yakni dengan membantu menyelesaikan kendala biaya pengiriman *prototype* sampel kepada Christian Dior Couture.

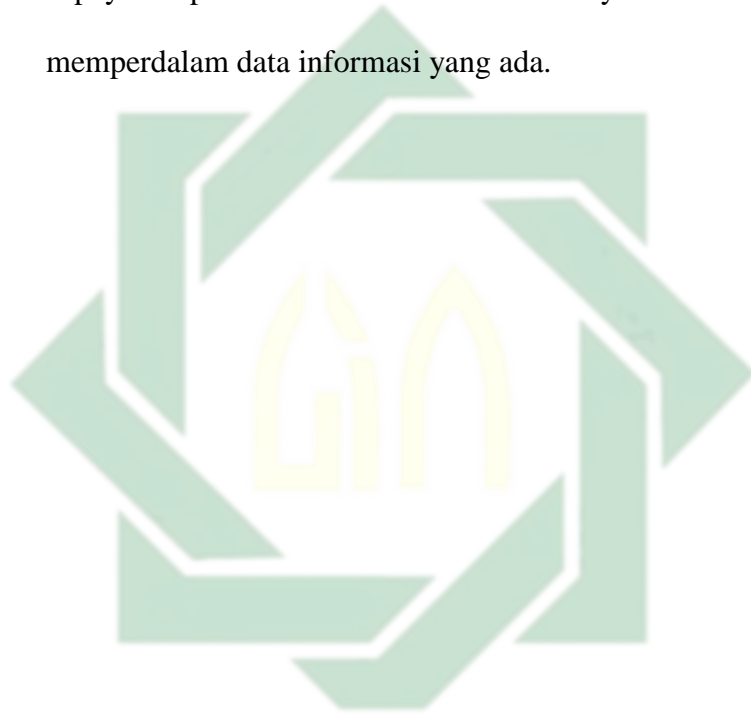
Bentuk kerja sama antara PT Kekean Primanda Indonesia dengan Christian Dior Couture ialah dalam skema *Business to Business* (B2B), sehingga keterlibatan pemerintah hanya terbatas di luar ranah teknis bisnisnya dimana pemerintah melakukan pendampingan, mengawal, memfasilitasi komunikasi dan memastikan kegiatan hingga selesai tuntas.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, terdapat beberapa saran yang bisa peneliti sampaikan, yaitu:

1. Diharapkan bagi pihak Pemerintah Indonesia agar semakin sering dalam mengadakan kegiatan pameran atau promosi perdagangan dengan memuat produk tekstil tradisional Indonesia yang mengusung nilai budaya lokal nusantara sehingga tidak hanya kain tenun Endek Bali saja yang dapat dikenal oleh masyarakat global tetapi produk kain tradisional Indonesia lainnya juga dapat mendunia.
2. Diharapkan bagi para pelaku usaha yang berorientasi ekspor agar dapat memanfaatkan dengan baik layanan aktivitas diplomasi komersial yang disediakan oleh Pemerintah Indonesia untuk dapat meningkatkan potensi ekspor dan memperluas pasar ekspor yang baru.

3. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang mengangkat topik sejenis dengan penelitian ini agar memberikan data informasi yang lebih luas lagi dan menganalisis lebih jauh dengan menggunakan konsep atau teori lain maupun meneliti dari sisi pihak Christian Dior Couture supaya dapat diketahui sisi kebaruannya serta dapat semakin memperdalam data informasi yang ada.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

Wawancara

- Wawancara oleh Peneliti dengan Founder sekaligus CEO PT Kekean Primanda Indonesia, Achmad Nur Hasim, pada 15 November 2022, via WhatsApp.
- Wawancara oleh Peneliti dengan Founder Sekaligus CEO PT Kekean Primanda Indonesia, Achmad Nur Hasim, pada 10 Januari 2023, secara offline.
- Wawancara oleh Peneliti dengan pihak DJPEN Kementerian Perdagangan RI, Riana Setia Sari, AMI, MM, pada 15 Maret 2023, secara daring.

Buku

- Alijoyo, Antonius, Bobby Wijaya, and Intan Jacob. *Structured or Semi-Structured Interviews*. Bandung: CRMS Indonesia, 2009.
- Astuti, Wahyu Puji. *Ekspor Dan Impor*. Semarang: Mutiara Aksara, 2019.
- Bokhan, Alina. "Commercial Diplomacy: Strategic Aspect of Development." In *The VIII Th International Scientific and Practical Conference "Modern Problems in Science."* Prague, Czech Republic, 2020. <https://doi.org/10.46299/ISG.2020.II.VIII>.
- Creswell, John W., and J. David Creswell. *Research Design: Qualitative, Quantitative & Mixed Methods Approaches*. 5th ed. Great Britain: SAGE Publications, Inc, 2018.
- Esterberg, Kristin G. *Qualitative Methods in Social Research*. New York: Mc Graw Hill, 2002.
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.
- Herdiansyah, Haris. *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial: Perspektif Konvensional Dan Kontemporer*. 2nd ed. Jakarta: Salemba Humanika, 2019.
- Kopp, Harry W. *Commercial Diplomacy and National Interest*. Washington: American Academy of Diplomacy, 2004.
- Lee, Donna, and Huub Ruel. "Introduction: Commercial Diplomacy and International Business: Merging International Business and International Relations." In *Advanced Series in Management*, 9:xiii–xix. Emerald Group Publishing Ltd., 2012. [https://doi.org/10.1108/S1877-6361\(2012\)0000009004](https://doi.org/10.1108/S1877-6361(2012)0000009004).
- Lee, Eun Sup. *Management of International Trade*. Verlag Berlin Heidelberg: Springer, 2012. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-30403-3>.
- Mas'oed, Mohtar. *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin Dan Metodologi*. Jakarta: LP3ES, 1990.
- Moelong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.

Peña, Nieves Arranz, and Juan Carlos Fernández de Arroyabe. *Business Cooperation: From Theory to Practice*. New York: Palgrave Macmillan, 2002. <https://link.springer.com/book/10.1057/9780230554696>.

Purushothama, B. *Solutions to Problems in Textile and Garment Industry*. New Delhi: Woodhead Publishing India PVT LTD, 2015. <https://doi.org/10.1201/b18992>.

Pusat Data dan Analisa Tempo. *Industri: Menghitung Kinerja Tekstil Periode Pertama Presiden Joko Widodo*. Tempo Publishing, 2019.

S.L.Roy. *Diplomasi*. Jakarta: Rajawali Pers, 1991.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R&D*. Edited by Sutopo. 2nd ed. Bandung: ALFABETA, 2019.

Dokumen Arsip

Dokumen Arsip Company Profile Kekean Wastra Gallery

Jurnal

Afin, Rifai, Herry Yulistiono, and Nur Alfillail Oktarani. “Perdagangan Internasional, Investasi Asing, Dan Efisiensi Perekonomian Negara-Negara ASEAN.” *Buletin Ekonomi Moneter Dan Perbankan* 10, no. 3 (April 15, 2008): 261–96. <https://doi.org/10.21098/BEMP.V10I3.226>.

Ariani, Ni Made. “Pengembangan Kain Endek Sebagai Produk Penunjang Pariwisata Budaya Di Bali.” *Jurnal Ilmiah Hospitality Management* 9, no. 2 (2019): 146–59. <https://doi.org/https://doi.org/10.22334/jihm.v9i2>.

Basu, Siddhartha. “Contracts in International Business.” *International Growth Centre*. IGC Myanmar, 2019. <https://www.theigc.org/sites/default/files/2019/03/Basu-2019-policy-brief-update.pdf>.

BlankenburgHolm, Desiree, Kent Eriksson, and Jan Johanson. “Business Networks and Cooperation in International Business Relationships.” *Journal of International Business Studies* 27, no. 5 (1996): 1033–53. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490162>.

Charnovitz, Steve. “Economic and Social Actors in the World Trade Organization.” *ILSA Journal of International & Comparative Law* 7, no. 2 (2001): 259–74. <https://nsuworks.nova.edu/ilsajournal/vol7/iss2/3>.

Donzé, Pierre-Yves, and Ben Wubs. “Storytelling and the Making of a Global Luxury Fashion Brand: Christian Dior.” *International Journal of Fashion Studies* 6, no. 1 (2019): 83–102. https://doi.org/10.1386/inf.6.1.83_1.

Goodchild, Andrew, Charles Herring, and Zoran Milosevic. “Business Contracts for B2B.” *Session 4: Electronic Contracts*, 2000, 63–74. https://www.researchgate.net/publication/2395653_Business_Contracts_for_B2B.

Islam, Rabiul, Salwani Arbak, and Mohd Hasanur Raihan Joarder. “The Role of Government on Politics and International Trade.” *Humanities and Social*

- Sciences Reviews* 7, no. 3 (2019): 642–50.
<https://doi.org/10.18510/HSSR.2019.7395>.
- Jedynak, Monika. “Systematic Review of the Literature on Supplier Code of Conduct.” *International Journal of Contemporary Management* 17, no. 3 (2018): 153–71. <https://doi.org/10.4467/24498939ijcm.18.029.9625>.
- Jiang, Bin. “Implementing Supplier Codes of Conduct in Global Supply Chains: Process Explanations from Theoretic and Empirical Perspectives.” *Journal of Business Ethics* 85, no. 1 (2009): 77–92. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9750-z>.
- Kostecki, Michel, and Olivier Naray. “Commercial Diplomacy and International Business.” *Netherlands Institute of International Relations ‘Clingendael,’* 2007, 1–41.
https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20070400_cdsp_diplomacy_kostecki_naray.pdf.
- Latief, Mohamad, Yulia Rimapradesi, and Farhan Riswandha Jhuswanto. “Diplomasi Komersial PT INKA (Persero) Indonesia Dalam Kegiatan Ekspor Gerbong Barang Untuk Kiwirail New Zealand Tahun 2021.” *Intermestic: Journal of International Studies* 7, no. 1 (2022): 31–53.
<https://doi.org/10.24198/intermestic.v7n1.3>.
- Mercier, Alexandre. “Commercial Diplomacy in Advanced Industrial States: Canada, the UK, and the US.” *Netherlands Institute of International Relations ‘Clingendael,’* 2007, 1–35.
https://www.clingendael.org/sites/default/files/pdfs/20070900_cdsp_diplomacy_mercier.pdf.
- Naray, Olivier. “Commercial Diplomacy : A Conceptual Overview.” In *7th World Conference of Trade and Promotion Organizations*, 1–16. The Hague, The Netherlands, 2008.
https://www.researchgate.net/publication/255601282_Commercial_Diplomacy_A_Conceptual_Overview.
- . “Commercial Diplomacy: An Integrative Framework.” *International Journal of Diplomacy and Economy* 1, no. 2 (2012): 119–33.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1504/IJDIPE.2012.051684>.
- Reuvers, Shirin. “Research on Commercial Diplomacy: A Review and Implications.” *University of Twente*. University of Twente, 2012.
https://essay.utwente.nl/61817/1/2012-07_MSc_SIMReuvers.pdf.
- Tanganelli, David, and Victor Pou. “Commercial Diplomacy in Action to Ensure a Micro-State’s International Competitiveness during Years of Economic and Political Turmoil: The Case of Andorra.” *International Journal of Diplomacy and Economy* 1, no. 2 (2012): 163–76.
<https://doi.org/10.1504/IJDIPE.2012.051682>.
- Visser, Robin, and Huub J.M. Ruël. “Innovation of International Business Support: A Research Agenda for Commercial Diplomacy.” *International Journal of Diplomacy and Economy* 2, no. 3 (2014): 238–57.

<https://doi.org/10.1504/IJDIPE.2014.064802>.

Wulandari, Alvira Rizki, and Dadan Suryadipura. "Diplomasi Komersial Indonesia Terhadap Australia Dalam Indonesia-Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement (IA-CEPA) Pada Era Pemerintahan Joko Widodo (2014-2019)." *Padjadjaran Journal of International Relations* 3, no. 2 (2021): 103–25. <https://doi.org/10.24198/padjir.v3i2.33521>.

Yakop, Mina, and Peter A G Van Bergeijk. "Working Paper THE WEIGHT OF ECONOMIC AND COMMERCIAL DIPLOMACY." *International Institute of Social Studies*, no. 478 (2009): 1–31. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1469137>.

Yuniarti. "Perubahan Pola Hubungan Internasional 1990-an Dan Pengaruhnya Terhadap Realisme Versus Idealisme." *Jurnal Sosial Politika* 17, no. 1 (2010): 1–15.

Website Online

Admin. "Understanding and Benefits of International Trade." Program Studi Manajemen, Universitas Medan Area. Accessed December 4, 2022. <https://manajemen.uma.ac.id/2021/04/understanding-and-benefits-of-international-trade/>.

Aeni, Siti Nur. "Memahami Pengertian Kerja Sama Dan Faktor Yang Mempengaruhinya." *Katadata.co.id*. Accessed January 28, 2023. <https://katadata.co.id/agung/berita/62d0e9911bca0/memahami-pengertian-kerja-sama-dan-faktor-yang-mempengaruhinya>.

Baheramsyah. "Pemerintah Tegaskan Pembangunan KIPI Menggunakan Skema Business to Business." *InfoPublik*. Accessed February 17, 2023. [https://infopublik.id/kategori/nasional-ekonomi-bisnis/592112/pemerintah-tegaskan-pembangunan-kipi-menggunakan-skema-business-to-business?show=.](https://infopublik.id/kategori/nasional-ekonomi-bisnis/592112/pemerintah-tegaskan-pembangunan-kipi-menggunakan-skema-business-to-business?show=)

Bali Travel Newspaper. "Balinese Endek Fabrics Attract World's Designer." *Bali Travel Newspaper*. Accessed February 2, 2023. <https://balitravelnewspaper.id/en/balinese-endek-fabrics-attract-worlds-designer/>.

Beuloye, Florine Epe. "The 15 Most Popular Luxury Brands Online In 2020." *Luxe Digital*. Accessed March 29, 2023. <https://luxe.digital/business/digital-luxury-ranking/most-popular-luxury-brands-2020/>.

Cambridge Dictionary. "Effort." *Cambridge Dictionary*. Accessed April 17, 2023. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/effort>.

Canting News. "The Crisis of Textile and Apparel Industry in Indonesia." *Visi Global*. Accessed October 26, 2022. <https://visiglobal.co.id/cantingnews/the-crisis-of-textile-and-apparel-industry-in-indonesia/2021/05/>.

Chen, James. "Business-to-Business (B2B): What It Is and How It's Used." *Investopedia*. Accessed January 30, 2023. <https://www.investopedia.com/terms/b/btob.asp>.

- Christian Dior Finance. "2017 Project Aiming at Simplifying Christian Dior - LVMH Group Structures." Christian Dior Finance, n.d. <https://www.dior-finance.com/en/274-offre-publique-2017-visant-les-actions-christian-dior-en.html>.
- Companies Market Cap. "Largest Clothing Companies by Market Cap." Companies Market Cap. Accessed March 29, 2023. <https://companiesmarketcap.com/clothing/largest-clothing-companies-by-market-cap>.
- Eric, Jike. "Top 10 Most Expensive Clothing Brands in the World 2020." Insider Paper. Accessed March 29, 2023. <https://insiderpaper.com/most-expensive-clothing-brands/>.
- Fitinline. "Produk Brand Fashion Dunia Diproduksi Di Indonesia." Fitinline. Accessed November 24, 2022. <https://fitinline.com/article/read/produk-brand-fashion-dunia-diproduksi-di-indonesia/>.
- G-Mark. "About GOOD DESIGN AWARD." GOOD DESIGN AWARD. Accessed January 25, 2023. <https://www.g-mark.org/about/?locale=en>.
- Indo Forwarding. "Peranan Pemerintah Dalam Perdagangan Internasional." Indo Forwarding. Accessed December 4, 2022. <https://indoforwarding.com/peranan-pemerintah-dalam-perdagangan-internasional/>.
- Indonesia Design Development Center (IDDC). "Good Design Indonesia, Optimalkan Ide Desain Anda!" Indonesia Design Development Center (IDDC). Accessed January 25, 2023. <http://iddc.kemendag.go.id/gdi/>.
- Indonesia Investment. "Textile and Garment Industry of Indonesia; More than Just Clothes, but Challenges Persist." Indonesia Investments.com. Accessed October 30, 2022. <https://www.indonesia-investments.com/id/news/todays-headlines/textile-and-garment-industry-of-indonesia-more-than-just-clothes-but-challenges-persist/item9405>.
- KabarBUMN. "UMK Binaan Pertamina Kekean Wastra Gallery Berhasil Membawa Kain Tenun Indonesia Mendunia." KabarBUMN. Accessed April 20, 2023. <https://kabarbumn.com/berita/583/umk-binaan-pertamina-kekean-wastra-gallery-berhasil-membawa-kain-tenun-indonesia-mendunia>.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). "Upaya." Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Kamus versi online/daring (dalam jaringan). Accessed April 17, 2023. <https://kbbi.web.id/upaya>.
- Kedutaan Besar Republik Indonesia Paris Prancis. "Pejabat Dan Staff." Kedutaan Besar Republik Indonesia Paris Prancis Merangkap Andorra, Monako, dan UNESCO. Accessed March 29, 2023. https://kemlu.go.id/paris/id/lists/duta_besar_dan_pejabat/category-official-and-staff.
- Kekean Gallery. "Tentang Kekean Wastra Gallery." Kekean Gallery. Accessed April 20, 2023. <https://www.kekean.id/about>.

- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. “Kemendag Luncurkan Good Design Indonesia 2021, Ajang Tingkatkan Desain Produk Ekspor Indonesia.” PRESSRELEASE.id. Accessed March 23, 2023. <https://pressrelease.kontan.co.id/release/kemendag-luncurkan-good-design-indonesia-2021-ajang-tingkatkan-desain-produk-ekspor-indonesia?page=all>.
- . Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 09/M-DAG/PER/3/2010 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Atase Perdagangan pada Perwakilan Republik Indonesia di Luar Negeri (2010). <https://jdih.kemendag.go.id/peraturan/stream/2277/2>.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. “Diversifikasi Produk Tekstil Perkuat Industri Fashion.” Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. Accessed November 24, 2022. <https://kemenperin.go.id/artikel/15651/Diversifikasi-Produk-Tekstil-Perkuat-Industri-Fashion>.
- . “Mendorong Kinerja Industri Tekstil Dan Produk Tekstil Di Tengah Pandemi.” 3rd ed., 2021. <https://kemenperin.go.id/download/26656/Buku-Analisis-Industri-Tekstil-dan-Produk-Tekstil-2021>.
- Mordor Intelligence. “Indonesia Textiles Industry Statistic (2022-2027).” Mordor Intelligence. Accessed October 31, 2022. <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/indonesia-textiles-industry>.
- Pandit, Suman. “Relationship between Business and Government.” Businessman Talk. Accessed December 4, 2022. <https://businessmantalk.com/business-and-government-relationship/>.
- Pertamina. “Kekean Wastra Gallery: Binaan Pertamina Yang Berhasil Berdayakan Perempuan Dan Difabel Hasilkan Produk Berkelas Dunia.” Pertamina. Accessed January 22, 2023. <https://www.pertamina.com/id/news-room/news-release/kekean-wastra-gallery-binaan-pertamina-yang-berhasil-berdayakan-perempuan-dan-difabel-hasilkan-produk-berkelas-dunia>.
- QuranO. “[5] Al-Ma’idah : 2.” QuranO. Accessed April 13, 2023. <https://qurano.com/id/5-al-ma-idah/ayat-2/#kemenag>.
- Radjou, Par Navi. “The B2B Sharing Revolution.” Terra Nova. Accessed February 17, 2023. <https://tnova.fr/economie-social/entreprises-travail-emploi/the-b2b-sharing-revolution/>.
- Rahma, Ellyta. “Kekean Gallery Bawa Fesyen Indonesia Ke Panggung Internasional.” Marketeers. Accessed January 22, 2023. <https://www.marketeers.com/kekean-gallery-bawa-fesyen-indonesia-ke-panggung-internasional/>.
- Redaksi. “Produksi Tenun Endek, Kekean Wastra Gallery Digandeng Christian Dior.” Majalah Peluang. Accessed November 25, 2022. <https://majalahpeluang.com/produksi-tenun-endek-kekean-wastra-gallery-digandeng-christian-dior/>.

- Ridwan. "Diborong Australia, Arab Saudi Hingga Belanda, IKM Catat Transaksi Ratusan Juta Rupiah Di TEI 2022." *Industry.co.id*. Accessed December 4, 2022. <https://www.industry.co.id/read/115751/diborong-australia-arab-saudi-hingga-belanda-ikm-catat-transaksi-ratusan-juta-rupiah-di-tei-2022>.
- Safdie, Stephanie. "What Is a Supplier Code of Conduct?" *greenly.resources*. Accessed February 16, 2023. <https://greenly.earth/en-us/blog/company-guide/what-is-a-supplier-code-of-conduct>.
- Tashandra, Nabilla. "Cerita Di Balik Kain Endek Bali Dalam Koleksi Spring/Summer Dior." *Kompas.com*. Accessed December 4, 2022. <https://lifestyle.kompas.com/read/2020/12/03/100353920/cerita-di-balik-kain-endek-bali-dalam-koleksi-spring-summer-dior?page=all>.
- The Business Research Company. "Textile Market Size 2022 and Growth Analysis." *The Business Research Company*. Accessed October 26, 2022. <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/textile-global-market-report>.
- The Editor of Encyclopaedia Britannica. "Christian Dior." *Britannica*. Accessed April 16, 2023. <https://www.britannica.com/biography/Christian-Dior-French-designer>.
- Turillo, Hernaldo. "Global Textile Industry Overview: China, the U.S. and Europe Dominates the Market." *fashionabc*. Accessed October 26, 2022. <https://www.fashionabc.org/global-textile-industry-overview-china-u-s-europe-dominates-market/>.
- Ulum, Heni Kholifatul. "Kain Endek : Potensi Bangkitnya Ekonomi Bali Di Tengah Pandemi." *Kementerian Keuangan Republik Indonesia*. Accessed December 11, 2022. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-denpasar/baca-artikel/14495/Kain-Endek-Potensi-Bangkitnya-Ekonomi-Bali-di-Tengah-Pandemi.html>.
- Webmaster. "Penganugerahan Penghargaan Good Design Indonesia 2020, Enam Diantaranya Sabet Penghargaan G-Mark Ke-64 Di Jepang." *AP3MI*. Accessed March 23, 2023. <https://www.ap3mi.org/penganugerahan-penghargaan-good-design-indonesia-2020-enam-diantaranya-sabet-penghargaan-g-mark-ke-64-di-jepang/>.
- Williams, Robert. "Inside the \$7 Billion Dior Phenomenon." *Business of Fashion*. Accessed March 11, 2023. <https://www.businessoffashion.com/case-studies/luxury/christian-dior-strategy-lvmh-pietro-beccari-maria-grazia-chiuri-kim-jones/>.
- Yasyi, Dini Nurhadi. "Sudah Tampil Di Paris Fashion Week, Dior Teken Kontrak Adat' Kain Endek Bali." *Good News From Indonesia*. Accessed February 2, 2023. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/01/14/sudah-tampil-di-paris-fashion-week-dior-teken-kontrak-adat-kain-endek-bali>.

Thesis

- Haaf, W R A ten. "Commercial Diplomacy and the Role of Embassies, From a

- Target Group Perspective: In the Case of the Royal Netherlands Embassy in Malaysia.” University of Twente, 2010. <http://essay.utwente.nl/60184/>.
- Khoiriyah, Nurul Faizah Al. “Strategi Diplomasi Komersial Indonesia Dalam Bidang Ekonomi Digital Melalui Next Indonesia Unicorn (NextICorn) Tahun 2017-2019.” UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019. <https://digilib.uinsa.ac.id/38248/>.
- Prayogo, Neola Hestu. “Diplomasi Komersial Pemerintah Indonesia Dalam Mendorong PT. Freeport Indonesia Untuk Mengembangkan Smelter Di Dalam Negeri.” Universitas Gadjah Mada, 2017. <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/112373>.
- Priscilla, Naomi Ken. “Hambatan Implementasi Program Paket Wisata Korea Muslim Holiday Consortium Di Indonesia Tahun 2015-2017.” UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019. <http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/34456>.
- Rutikah, Eti. “Penggunaan Diplomasi Komersial Korea Selatan Dalam Meningkatkan Konsumsi Webtoon Oleh Publik Internasional.” UPN Veteran Yogyakarta, 2021. <http://eprints.upnyk.ac.id/25299/>.
- Sholihah, Maratus. “Strategi Indonesia Untuk Mencapai Kesepakatan Indonesia-Australia Comprehensive Economic Partnership Agreement (IA-CEPA) Tahun 2010-2018.” UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019. <https://digilib.uinsa.ac.id/38250/>.
- Zarkasyi, Alfareza Risma. “Strategi Diplomasi Komersial Pemerintah Indonesia Dalam Meningkatkan Ekspor Tekstil Dan Produk Tekstil (TPT) Ke Amerika Serikat Di Tengah Isu Perang Dagang Amerika Serikat-Tiongkok Tahun 2018-2019.” UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020. https://digilib.uinsa.ac.id/42884/3/Alfareza_Risma_Zarkasyi_I02216002.pdf.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A