

**UPAYA PEMERINTAH INDONESIA DALAM
MENINGKATKAN EKSPOR PRODUK DEKORASI RUMAH
KE UNI EROPA TAHUN 2019-2020**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)
Dalam Bidang Ilmu Hubungan Internasional**



Disusun Oleh :

**SHASKIA NOVITA ALLAYNA
07041281722140**

**JURUSAN STUDI ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
INDRALAYA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

UPAYA PEMERINTAH INDONESIA DALAM MENINGKATKAN EKSPOR PRODUK HOME DECORATION KE UNI EROPA TAHUN 2019-2020

SKRIPSI

Disusun Oleh :

SHASKIA NOVITA ALLAYNA
07041281722140

Disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk diajukan dalam ujian akhir
Program Sarjana

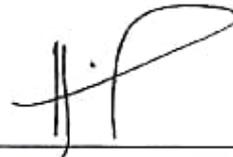
Pembimbing I

Dr. Ir. H. Abdul Nadjib, MM.
NIP. 196002091986031004

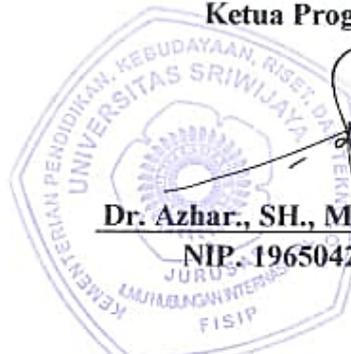


Pembimbing II

Indra Tamsyah, S.IP., M. Hub. Int.
NIP. 1610082505890002



Disetujui oleh,
Ketua Program Studi,



Dr. Azhar., SH., M.Sc., LL.M., LL.D.
NIP. 19650427198903100

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

UPAYA PEMERINTAH INDONESIA DALAM MENINGKATKAN EKSPOR PRODUK DEKORASI RUMAH KE UNI EROPA TAHUN 2019-2020

SKRIPSI

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji
Pada Tanggal 2 Agustus 2021
dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

TIM PENGUJI SKRIPSI

Dr. Ir. H. Abdul Nadjib, MM.
Ketua



Indra Tamsyah, S.IP., M. Hub. Int.
Anggota



Nur Aslamiah Supli, BIAM., M.Sc
Anggota



Abdul Halim, S.IP., M.A
Anggota



Indralaya, September 2021,
Mengesahkan,
Dekan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sriwijaya



Prof. Dr. Kiagus Muhammad Sobri, M.Si
NIP: 196311061990031001

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shaskia Novita Allayna
NIM : 07041281722140
Jurusan : Ilmu Hubungan Internasional

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa skripsi yang berjudul “Upaya Pemerintah Indonesia dalam Meningkatkan Ekspor Produk Dekorasi Rumah ke Uni Eropa Tahun 2019-2020” ini adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila di kemudian hari, ada pelanggaran yang ditemukan dalam skripsi ini dan/atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Indralaya, Juli 2021

mbuat pernyataan



Shaskia Novita Allayna
NIM. 07041281722140

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk kesembilan orang yang saya cintai, Papa Erwin, Mama Lily, Kakek Abas, Nenek Hakimah, Alm. Datuk Nuh, Adek Deli, Abang Bumi, Abang Bara, dan Abang Baja. Tak pernah cukup rasa terima kasih atas cinta kasih, pengorbanan dan kesabaran mereka dan juga skripsi ini saya persembahkan untuk kalian yang selalu bertanya kapan saya lulus. Semoga kita selalu di beri kesehatan di masa pandemi virus COVID-19 ini.

ABSTRAK

Untuk melakukan peningkatan pada ekspor non-migas, terutama produk kayu yang diolah menjadi produk dekorasi rumah yang saat ini diminati oleh individu dan kelompok untuk menjadikan rumah lebih dekoratif. Salah satu pasar yang potensial untuk meningkatkan ekspor produk dekorasi rumah adalah pasar dekorasi rumah di Uni Eropa.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menjelaskan bagaimana upaya Pemerintah Indonesia untuk meningkatkan ekspor di sektor dekorasi rumah di pasar Uni Eropa. Penelitian ini menggunakan teori perdagangan internasional yang mana menggunakan model berlian porter untuk menjelaskan faktor-faktor yang ada di sektor dekorasi rumah dan bagaimana upaya pemerintah untuk memberi solusi dalam meningkatkan faktor-faktor tersebut dan teori kerjasama internasional yang berhubungan dengan bagaimana upaya pemerintah dalam melakukan kerjasama-kerjasama dalam sektor dekorasi rumah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemerintah Indonesia telah melakukan berbagai upaya dalam meningkatkan ekspor produk dekorasi rumah dengan cara meningkatkan kualitas produk melalui faktor sumber daya alam, sumber daya manusia, sumber daya modal, sumber daya infrastruktur, kemudian bagaimana strategi dan struktur, dan bagaimana menghindari persaingan di sektor tersebut dan upaya pemerintah dalam meningkatkan ekspor melalui upaya internal dan eksternal.

Kata kunci : Ekspor, Dekorasi Rumah, Pasar Uni Eropa, Perdagangan Internasional, Model Berlian Porter, Teori Kerjasama Internasional, Upaya Pemerintah Indonesia

Pembimbing I

Dr. Ir. H. Abdul Nadjib, MM. NIP.
196002091986031004

Pembimbing II

Indra Tamsyah, S.IP., M. Hub. Int.
NIDK. 8831999920

Mengetahui,
Ketua Jurusan,



Dr. Azhar, SH, M.Sc., LL.M.
NIP.196504271989031003

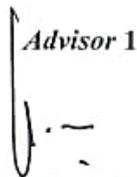
ABSTRACT

To increase non-oil and gas exports, especially wood products that are processed into home decoration products which are currently in demand by individuals and groups to make their homes more decorative. One of the potential markets to increase exports of home decoration products is the home decoration market in the European Union.

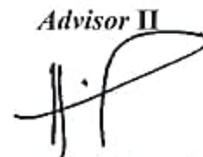
This study was conducted with the aim of explaining how the Indonesian Government's efforts to increase exports in the home decoration sector in the European Union market. This study uses the theory of international trade which uses the Porter diamond model to explain the factors that exist in the home decoration sector and how the government's efforts to provide solutions to improve these factors and the theory of international cooperation relate to how the government's efforts in conducting cooperation in the home décor sector. The method used in this study is a qualitative research method.

The results of this study indicate that the Indonesian government has made various efforts to increase exports of home decoration products by improving product quality through factors of natural resources, human resources, capital resources, infrastructure resources, then how to strategy and structure, and how to avoid competition. in the sector and the government's efforts to increase exports through internal and external efforts.

Keywords: *Export, Home Decoration, European Union Market, International Trade, Porter's Diamond Model, International Cooperation Theory, The Efforts Of The Indonesian Government*

Advisor 1


Dr. Ir. H. Abdul Nadjib, MM.
NIP. 196002091986031004

Advisor II


Indra Tamsyah, S.IP., M. Hub. Int.
NIDK. 8831999920

Approved by,
Head of International Relations Science,

Dr. Azhar, SH, M.Sc., LL.M.
NIP 196504271989031003

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan untuk kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi ini yang mana merupakan sebagai salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana di Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada banyak pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi penulis yaitu :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah-Nya yang tak henti-hentinya diberikan;
2. Bapak Dr. Azhar, SH., M.Sc., LL.M., LL.D. selaku Ketua Program Studi Ilmu Hubungan Internasional;
3. Bapak Dr. Ir. Abdul Nadjib, MM. dan Bapak Indra Tamsyah, S.IP, M.Hub. Int. sebagai dosen pembimbing saya yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
4. Ibu Nur Aslamiah Supli, BIAM., M.Sc. dan Bapak Abdul Halim, S.IP., MA. sebagai dosen penguji saya yang telah meluangkan waktunya untuk menguji dan memberi masukan untuk proposal skripsi sampai ke skripsi saya;
5. Bapak Yonatan Kriswidiyanto Sitohang, S.T., M.E, Bapak Singgih Sugiyanto, S.Kom., MBA. dan Bapak Dimas Atmaja sebagai staff Subunit Kerjasama Amerika dan Eropa yangmana telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
6. Admin Jurusan Ilmu Hubungan Internasional yang telah banyak membantu dalam kepengurusan berkas-berkas untuk menyelesaikan studi saya, mulai dari pengajuan judul sampai ke berkas untuk wisuda;
7. Papa Erwin, Mama Lily, Adek Deli, Abang Bumi, Abang Bara, Abang Baja dan keluarga saya, terutama Kakek Abas dan Nenek Hakimah, yang telah mendukung saya mulai dari materi sampai moril hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu;
8. Teman saya yang merangkap menjadi bebeb, kakak, adek sekaligus saudara selama dari saya baru masuk kuliah sampai menyelesaikan kuliah, Hasim, spesial pake telur, *just for you.*

9. Support System selama saya menulis skripsi yakni Balqis, Juju, Amad, Elvan, Kak Dimas, Kak Iqbal, dan teman-teman Blaxsquad, Leni, Pei, Yoyoy, Ranti, dan Koi, terimakasih, *guys*;
10. DPR IAN, DPR Live, keshi, Kyuhyun, Super Junior, EXO, Heize, Taeyeon, 2PM dan musisi-musisi lain yangmana telah menemani saya disaat saya menulis skripsi;
11. Brother Without Tomorrow, Shiyan, Lee Gyong, dkk. dan author-author favorit saya yang telah menemani di kala saya lelah mengerjakan skripsi; dan
12. Teman-teman saya di jurusan Ilmu Hubungan Internasional dan di UKM Harmoni Universitas Sriwijaya.

Demikianlah kata pengantar dalam skripsi ini. Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga kedepannya skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Indralaya, Agustus 2021

Shaskia Novita Allayna

07041281722140

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1. Manfaat Penelitian Teoritis.....	6
1.4.2. Manfaat Penelitian Praktis.....	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Kerangka Teori.....	13
2.2.1. Perdagangan Internasional.....	13
2.2.2. Kerjasama Internasional.....	20
2.3. Alur Penelitian.....	23
2.4. Argumen Utama.....	24
BAB III. METODE PENELITIAN.....	25
3.1. Desain Penelitian.....	25
3.2. Definisi Konsep.....	25
3.2.1. Perdagangan Internasional.....	25
3.2.2. Kerjasama Internasional.....	26
3.3. Fokus Penelitian.....	26
3.4. Unit Analisis.....	28

3.5. Jenis dan Sumber Data.....	28
3.5.1. Jenis Data.....	28
3.5.2. Sumber Data	29
3.6. Teknik Pengumpulan Data	30
3.7. Teknik Keabsahan Data.....	30
3.8. Teknik Analisis Data	31
BAB IV. GAMBARAN UMUM	32
4.1. Hubungan Indonesia dan Uni Eropa.....	32
4.2. Pasar Dekorasi Rumah.....	33
BAB V. PEMBAHASAN	43
5.1. Kondisi Faktor	43
5.1.1. Sumber Daya Alam.....	43
5.1.2. Sumber Daya Manusia.....	45
5.1.3. Sumber Daya Modal	46
5.1.4. Sumber Daya Infrastruktur	47
5.2. Strategi, Struktur, dan Persaingan	48
5.2.1. Strategi.....	48
5.2.2. Struktur	49
5.2.3. Persaingan.....	49
5.3. Industri Terkait dan Pendukung.....	50
5.3.1. Industri Terkait	50
5.3.2. Industri Pendukung	51
5.4. Kondisi Permintaan	56
5.5. Peluang	59
5.6. Upaya Pemerintah.....	60
5.6.1. Upaya Internal.....	60
5.6.2. Upaya Eksternal.....	66
BAB VI. PENUTUP.....	75
6.1. Kesimpulan.....	75
6.2. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Neraca Perdagangan Indonesia.....	2
Gambar 1.2. Target dan Realisasi Ekspor Non-Migas	3
Gambar 1.3. Ekspor produk dekorasi rumah Indonesia ke Uni Eropa berdasarkan 6 digit kode produk.....	5
Gambar 2.1. Model Berlian Porter	18
Gambar 4.1. Eksportir Utama HDHT di Uni Eropa.....	37
Gambar 4.2. Eksportir Utama Dekorasi Rumah di Uni Eropa	38
Gambar 5.1. Impor Produk Dekorasi.....	57
Gambar 5.2. Penjualan Retail.....	63
Gambar 5.3. Kontrak Perdagangan.....	63
Gambar 5.4. Pembeli, Exhibitors dan Stand.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu dan Relevan.....	8
Tabel 2.2. Alur Pemikiran	23
Tabel 3.1. Fokus Penelitian	27
Tabel 5.3. Pelaksanaan Program BEC.....	68

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Globalisasi memberikan tanda-tanda pada bidang-bidang yang spesifik di perdagangan internasional. Sekarang perusahaan tidak hanya bisa barang saja yang di perdagangkan, jasa pun bisa di perdagangkan. Jika sebuah perusahaan ingin dapat mengakses pasar internasional, yang merupakan peluang baru untuk pengembangan bisnis. Dengan demikian, perdagangan internasional yang didukung oleh proses globalisasi, dengan pasar di luar perbatasan negara. (Surugiu & Surugiu, 2015). Perdagangan internasional dapat memberi peluang kepada produsen dan distributor untuk mencari produk, layanan, serta komponen yang hanya diproduksi di luar negeri.

Selain menyediakan konsumen dengan berbagai variasi barang dan jasa, perdagangan internasional meningkatkan pendapatan dan lapangan kerja (Seyoum, 2008). Untuk mendapatkan produk yang tidak di produksi di negara tersebut, negara melakukan perdagangan bebas. Negara tersebut akan mengimpor produk dari luar negaranya, kemudian negara yang memproduksi barang tersebut akan mengekspor produknya ke negara lain. Karena inilah, perdagangan internasional yang dilakukan antar negara, dapat menyebabkan ketergantungan dan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi untuk negara pengekspor. Karena hal inilah Indonesia lebih mendorong pertumbuhan ekonomi dan pendapatan negaranya melalui ekspor produk.

Dalam hal perdagangan nonmigas, kontribusi ekspor tahun 2019 didominasi oleh ekspor produk primer dengan share 51,7%. Adapun kontribusi ekspor produk manufaktur tahun 2019 hanya 48,3%. Namun demikian, proporsi ini lebih baik dari tahun 2018 dimana rasio ekspor produk primer dan manufaktur sebesar 54,7 : 45,3.

Terkait kinerja impor nasional, Berdasarkan klasifikasi *Broad Economic Categories* (BEC), impor Indonesia tahun 2019 didominasi oleh Bahan Baku Penolong dengan kontribusi sebesar 73,7%, diikuti oleh Barang Modal (16,6%) dan Barang Konsumsi (9,6%). Saat ini, Indonesia sendiri sedang mencanangkan untuk lebih mengeksport produk non-migas. Sesuai dalam Rencana Strategi Kementerian Perdagangan terbaru, Indonesia lebih mendorong ekspor produk nonmigasnya keluar negeri. Menurut data yang disediakan oleh Statistik Kementerian Perdagangan, setiap tahun Pemerintah Indonesia dan Kementerian Perdagangan lebih mengoptimalkan ekspor di bidang non-migas, data dapat di lihat di bawah ini (Gambar 1.1)



Sumber : Statistik Kementerian Perdagangan

Di setiap tahunnya, Indonesia memiliki target ekspor produk-produk non-migas. Namun, targetnya setiap tahun tidak selalu terpenuhi, data dapat di lihat di Gambar 1.2. Untuk tahun 2021 ini, Kementerian Perdagangan sendiri menargetkan ekspor non-migas sebesar 164,76 miliar USD. Untuk menambah ekspor non-migas ke luar negeri dan untuk mencapai target, dekorasi rumah terutama yang ramah lingkungan saat ini

sedang di minati banyak orang dan ini merupakan salah satu sektor yang memiliki peluang tinggi untuk meningkatkan ekspor Indonesia ke luar negeri dan untuk membantu memenuhi target ekspor produk-produk non-migas setiap tahunnya.

Gambar 1.2. Target dan Realisasi Ekspor Non-Migas



Sumber : Kementerian Perdagangan, Bappenas, dan BPS

Istilah aksesoris rumah digunakan untuk menggambarkan berbagai barang fungsional dan dekoratif yang dirancang untuk digunakan di tempat tinggal konsumen. Ini mencakup sebuah pengelompokan produk yang luas yang sering tumpang tindih dengan kategori lain seperti furnitur, meja, taman, dan seni (Agency et al., 2007). Selama 50 tahun terakhir, meningkatnya kekayaan di ekonomi industri telah menimbulkan keinginan untuk ekspresi diri dan pengembangan diri. Orang ingin membedakan dirinya dari orang lain saat mereka mencari individualitas dan orisinalitas. Perubahan kehidupan sosial berdampak langsung pada kebutuhan masyarakat serta tren mode yang selalu berubah pasti mencerminkan selera atau kebutuhan mereka. Kemajuan teknologi, yang menjadi ciri zaman modern, sebagian besar dapat diamati di

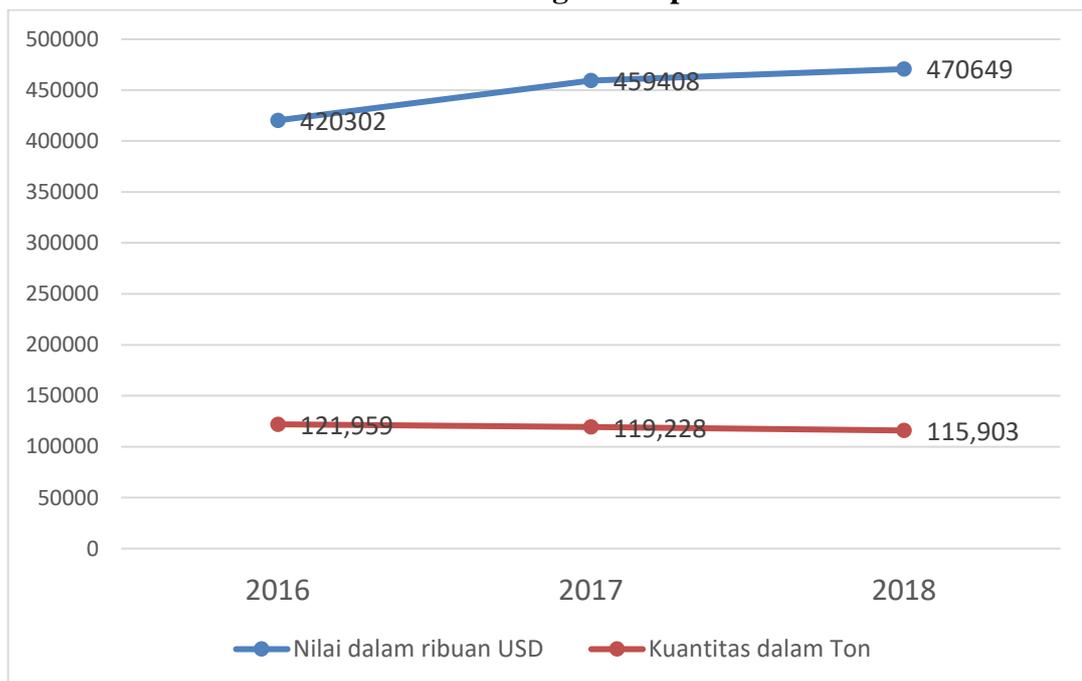
industri furnitur juga (Genchev & Marinova, 2013). Tren dekorasi terus berubah dalam ekonomi Eropa yang menuntut hak untuk mengekspresikan diri.

Industri dekorasi Eropa tidak menunjukkan tanda-tanda melambat, dengan perkiraan pasar yang mencapai 225% dari tahun 2013 senilai \$120,9 miliar pada tahun 2024 (Smithers, 2015). Faktanya, beberapa sektor pertumbuhan terbesar dalam desain tahun lalu di tekstil, untuk pakaian dan dekorasi interior, kemasan dan wallpaper serta interior (Print Week, 2015). Impor produk dekorasi rumah dan tekstil rumah Eropa tumbuh dengan stabil antara tahun 2015 sampai 2019 dari €120 miliar menjadi €143 miliar, pada tingkat rata-rata 5,4% per tahun. Impor dari negara berkembang tumbuh dari €47 miliar menjadi €54 miliar, dengan nilai tingkat tahunan rata-rata 3,2%. Ini menambah pangsa pasar impor sebesar 38%. Karena sebagian besar perdagangan intra Eropa terdiri dari produk-produk yang diekspor kembali dari negara-negara berkembang, pangsa pasar yang sebenarnya cenderung menjadi jauh lebih tinggi. Ini membuat Eropa menjadi pasar yang menarik (CBI Ministry of Foreign Affairs, 2021). Pasar produk dekorasi rumah di Uni Eropa sempat mengalami penurunan pada tahun 2012 akibat adanya krisis ekonomi. Kesulitan ekonomi yang dialami pada saat itu berdampak pada perubahan pola pikir konsumen Uni Eropa, untuk mulai beralih kepada produk dekorasi rumah dengan harga yang terjangkau. Selain masalah ekonomi, salah satu isu untuk produk dekorasi rumah yaitu konsumen lebih memilih produk yang ramah lingkungan serta memiliki sustainabilitas yang tinggi.

Di Indonesia sendiri, banyak UMKM pengrajin dekorasi rumah yang produknya baik dan layak di ekspor. Dari data yang di sediakan oleh Kementerian Perdagangan, ekspor dekorasi rumah Indonesia dengan pangsa pasar sebesar 22,43 persen. Selama lima tahun terakhir, perkembangan ekspor produk dekorasi rumah menunjukkan tren positif sebesar 3,38 persen dengan nilai USD 109 juta pada 2018 (Kementerian

Perdagangan, 2019). Setiap tahun data ekspor Indonesia ke Uni Eropa menunjukkan nilai ekspor produk dekorasi rumah mengalami peningkatan (Grafik 3), melalui data inilah dapat di katakan bahwa ini adalah salah satu ekspor potensial bagi para perusahaan atau UMKM Indonesia yang menggeluti bidang dekorasi rumah.

Gambar 1.3. Ekspor produk dekorasi rumah Indonesia ke Uni Eropa berdasarkan 6 digit kode produk.



Sumber: trademap.org

Dari grafik diatas, Kementerian Perdagangan mengharapkan perusahaan atau UMKM yang bergerak di sektor dekorasi rumah dapat berpartisipasi untuk mengembangkan ekspor Indonesia, karena perusahaan dan UMKM yang mengekspor di bidang ini masih terbilang tidak banyak. Selain itu terdapat permasalahnya di kualitas produk yang belum memenuhi persyaratan yang di terapkan di Eropa, karena untuk memasuki pasar Eropa di butuhkan standarisasi produk yang seperti *sustainable*, *fair trade* dan lain-lain. Selain itu mungkin dikarenakan banyak kebijakannya yang harus di penuhi atau ada yang tidak mengetahui tata cara untuk ekspor ke Eropa.

Sesuai dengan judul, maka penulis ingin meneliti bagaimana upaya Pemerintah Indonesia untuk mengembangkan ekspornya di sektor dekorasi rumah ke Uni Eropa.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di kemukakan penulis ingin mengetahui **bagaimana upaya peningkatan ekspor produk dekorasi rumah Indonesia ke pasar Uni Eropa?**

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini yakni untuk mengetahui bagaimana upaya Pemerintah Indonesia dalam meningkatkan ekspor produk dekorasi rumahnya ke pasar Uni Eropa melalui kerjasama dengan CBI Belanda.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Penelitian Teoritis

Melalui penelitian ini penulis berharap agar dapat mengembangkan pengetahuan di bagian perdagangan terutama perdagangan internasional. Dengan telah dilakukannya penelitian ini bisa menjadi bahan referensi bagi peneliti lain agar menjadi lebih rinci di masa depan, khususnya mengenai kerjasama internasional serta penyelesaian masalahnya.

1.4.2. Manfaat Penelitian Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan pengetahuan untuk seluruh pihak yang bekerjasama dalam upaya untuk meningkatkan ekspor

produk-produk Indonesia terutama produk non-migas agar dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia ke depannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agency, U. S., Development, I., Barber, T., & Krivoshlykova, M. (2007). *End-Market Study for Indonesian Home*. December.
- CBI Ministry of Foreign Affairs. (2021). *What is the demand for home decoration and home textiles in the European market?* <https://www.cbi.eu/market-information/home-decoration-home-textiles/what-demand>
- Genchev, Y., & Marinova, M. (2013). Trends in modern home interior and furniture. *Design & Technology*, 2(1), 28–33.
http://194.149.148.70/en/wood_journal/archive/vol_2_no1/vol_2_no1_fulltext_4.pdf
- Kementerian Perdagangan. (2019). *Kemendag dan CBI Jaring Pelaku UKM Produk Dekorasi Rumah Ikuti Bimbingan Ekspor Masuk Pasar Eropa*.
<https://www.kemendag.go.id/id/newsroom/media-corner/kemendag-dan-cbi-jaring-pelaku-ukm-produk-dekorasi-rumah-ikuti-bimbingan-ekspor-masuk-pasar-eropa-1>
- Print Week. (2015). *GLOBAL INDUSTRY IS UPBEAT FOR FUTURE*.
<https://www.printweek.com/briefing/article/global-industry-is-upbeat-for-future>
- Seyoum, B. (2008). Export-import theory, practices, and procedures: Second edition. In *Export-Import Theory, Practices, and Procedures: Second Edition*.
<https://doi.org/10.4324/9780203889305>
- Smithers. (2015). *The Future of Functional and Industrial Print 2020*.
- Surugiu, M.-R., & Surugiu, C. (2015). International Trade, Globalization and Economic Interdependence between European Countries: Implications for Businesses and Marketing Framework. *Procedia Economics and Finance*, 32(15), 131–138.
[https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)01374-x](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)01374-x)