

**STRATEGI INDONESIA DALAM MEMPROMOSIKAN  
BATIK DI PERANCIS TAHUN 2016-2019**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan**

**Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)**

**Dalam Bidang Ilmu Hubungan Internasional**



**Disusun Oleh:**

**Fahrizal Afriansyah**

**07041281823219**

**JURUSAN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2022**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

STRATEGI INDONESIA DALAM MEMPROMOSIKAN BATIK  
DI PERANCIS TAHUN 2016-2019  
SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Menempuh  
Derajat Sarjana S-1 Dalam Bidang Ilmu Hubungan Internasional

Oleh :

Fahrizal Afriansyah

07041281823219

Pembimbing I

1. Dr. Muchammad Yustian Yusa, S.S., M.Si.  
NIP. 19870819 201903 1 006

Tanda Tangan



Tanggal

26/10-2022

Pembimbing II

2. Ferdiansyah Rivai, S.IP., M.A.  
NIP 19890411 201903 1 013



26/10/22

Mengetahui,  
Ketua Jurusan,



Sofyan Effendi, S.IP., M.Si  
NIP. 19770512 200312 1 003

**HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI**

**STRATEGI INDONESIA DALAM MEMPROMOSIKAN  
BATIK DI PERANCIS TAHUN 2016-2019**

**Skripsi**

**Oleh :**

**Fahrizal Afriansyah**

**07041281823219**

**Telah dipertahankan di depan penguji  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat  
Pada tanggal 15 November 2022**

**Pembimbing :**

**1. Dr. Muchammad Yustian Yusa, S.S.,M.Si  
NIP. 19870819 201903 1 006**

**2. Ferdiansyah Rivai, S.IP.,M.A.  
NIP. 19890411 201903 1 013**

**Penguji :**

**1. Indra Tamsyah, S.IP.,M.Hub.Int  
NIDN. 0025058808**

**2. Maudy Noor Fadhlia, S.Hub.Int.,MA  
NIDN. 8948340022**

**Tanda Tangan**



**Tanda Tangan**



**Mengetahui,**

**Dekan FISIP UNSRI,**

**Ketua Jurusan**

**Ilmu Hubungan Internasional**



**Prof. Dr. Alfitri, M.Si  
NIP. 196601221990031004**

**Sofyan Effendi, S.IP.,M.Si  
NIP. 19770512 200312 1 003**

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fahrizal Afriansyah

NIM : 07041281823219

Jurusan : Ilmu Hubungan Internasional

Menyatakan dengan bersungguh-sungguh bahwa skripsi dengan judul **“Strategi Indonesia Dalam Mempromosikan Batik Di Perancis Tahun 2016-2019)”** ini adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan tindakan 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 tindakan Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila di kemudian hari, terdapat adanya pelanggaran yang ditemukan dalam skripsi ini dan/atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap keaslian dari karya ini, saya bersedia untuk menerima sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Demikian Pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Indralaya, 28 Oktober 2022

pernyataan  


Fahrizal Afriansyah

NIM. 07041281823219

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Menjadi suatu kebanggaan pada diri sendiri karena menyelesaikan perkuliahan ini dengan semua pengalaman dan kenangan yang telah didapat dan juga bertemu orang-orang yang baik dan hebat. Terima kasih kepada Allah swt atas rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih juga untuk diriku yang sudah melewati perjalanan panjang yang cukup melelahkan dan sudah berjuang sampai pada di titik ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- ALLAH SWT atas rahmat dan karuniannya yang telah melancarkan dan memudahkan pengerjaan skripsi ini.
- Dosen pembimbing terbaik Pak Yusa dan Pak Ferdi yang selalu membimbing, memberi masukan dan meluangkan waktunya untuk penulis.
- Dosen penguji Pak Indra dan Ibu Maudy yang telah memberikan masukan, perbaikan, kritik, dan saran untuk perbaikan skripsi penulis sehingga penulisan skripsi ini menjadi lebih baik.
- Kedua orang tua tercinta, tak pernah cukup rasa terima kasih atas cinta kasih, doa, semangat, pengorbanan dan kesabaran mereka. Terima kasih karena kalianlah yang menjadi motivasi utama penulis untuk terus mengerjakan skripsi ini hingga akhir.
- Sahabat-sahabatku yang telah menemani selama perkuliahan hingga akhir, yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan dalam pengerjaan skripsi ini.
- Almamater kuning kebanggaanku, kampus merah muda, FISIP UNSRI

## ABSTRAK

Penelitian ini berusaha mendeskripsikan strategi Indonesia dalam mempromosikan batik di Perancis tahun 2016-2019 melalui kerangka konseptual diplomasi komersial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan kerangka teori diplomasi komersial dari Evan Potter, Pemerintah Indonesia dan Pelaku Bisnis telah melakukan empat aktivitas untuk mempromosikan batik di Perancis tahun 2016-2019. Aktivitas tersebut adalah: membangun citra positif dengan tujuan menarik minat masyarakat Perancis, menyediakan berbagai fasilitas batik, melakukan berbagai macam pameran batik di Perancis, melaksanakan kerjasama antara Pemerintah Indonesia dan Perancis melalui Kementerian-Kementeriannya, dan mengeluarkan aturan dan kebijakan untuk mempermudah akses batik dalam negeri. Melalui berbagai upaya tersebut dapat dilihat bahwa strategi diplomasi komersial Indonesia dalam mempromosikan batik di Perancis tahun 2016-2019 melalui aktivitas trade promotion, intelligent, networking and public relations, dan contract negotiator of implementation.

**Kata Kunci :** Strategi Indonesia, Promosi Batik, Diplomasi komersial

Pembimbing I



**Dr. Muchammad Yustian Yusa, S.S.,M.Si**  
NIP. 19870819 201903 1 006

Pembimbing II



**Ferdiansyah Rivai, S.IP.,M.A**  
NIP 19890411 201903 1 013

**Indralaya,  
Ketua Jurusan Ilmu Hubungan Internasional  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sriwijaya**



**Sofyan Effendi, S.IP.,M.Si**  
NIP. 19770512 200312 1 003

## ABSTRACT

*This study attempts to describe Indonesia's strategy in promoting batik in France in 2016-2019 through a conceptual framework of commercial diplomacy. The method used in this research is descriptive qualitative. The results of this study indicate that based on the theoretical framework of commercial diplomacy from Evan Potter, the Indonesian Government and Business Actors have carried out four activities to promote batik in France in 2016-2019. These activities are: building a positive image with the aim of attracting the interest of the French public, providing various facilities for batik, conducting various kinds of batik exhibitions in France, carrying out cooperation between the Governments of Indonesia and France through their Ministries, and issuing rules and policies to facilitate access to domestic batik . Through these various efforts it can be seen that Indonesia's commercial diplomacy strategy in promoting batik in France in 2016-2019 is through trade promotion, intelligent, networking and public relations activities, and contract negotiators of implementation.*

**Keyword :** Indonesian Strategy, Batik Promotion, Commercial Diplomacy

Advisor I



**Dr. Muchammad Yustian Yusa, S.S.,M.Si**  
NIP. 19870819 201903 1 006

Advisor II



**Ferdiansyah Rivai, S.IP.,M.A**  
NIP 19890111 201903 1 013

**Indralaya,  
Head of Departement of International Relations Sciences  
Faculty of Sosial and politics Sciences  
Sriwijaya University**



**Sofyan Effendi, S.IP.,M.Si**  
NIP. 19770512 200312 1 003

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Strategi Indonesia Dalam Mempromosikan Batik Di Perancis Tahun 2016-2019”, dan diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana pada Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, Universitas Sriwijaya.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan bimbingan dan dukungan moril maupun materil, serta motivasi yang melibatkan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa hormat dan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE, IPU selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. H. Azahar, SH.,M.Sc., LL.M. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Si., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Dr. Andries Lionardo, M.Si., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
6. Bapak Sofyan effendi, S.IP.,M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
7. Bapak Ferdiansyah Rivai, S.IP., MA., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Hubungan Internasional FISIP Universitas Sriwijaya. Sekaligus selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan, masukan, bimbingan, nasehat, serta bantuan yang sangat membantu penulis dari awal sampai akhir dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Dr. Muchammad Yustian Yusa, S.S.,M.Si selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, mengingatkan, memeriksa, membantu banyak penulis sampai akhir, memberikan motivasi dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Admin HI Indralaya Mbak Sisca, yang sangat membantu dan melancarkan dalam penyelesaian urusan administrasi jurusan selama perkuliahan.
10. Seluruh dosen dan staf karyawan di jurusan hubungan internasional FISIP UNSRI.



11. Keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan doa, semangat, nasehat, perhatian dan sarannya.

12. Keluarga Besar Bright Scholarship Unsri yang merupakan rumah kedua sebagai tempat bertumbuh dan berproses menjadi mahasiswa yang tangguh. Terimakasih banyak arahannya selama ini Kak Abi Pratama sebagai Region Supervisor, Kak Edo Pamirsa, Kak Kiki Wiyandi dan Mba Balqis selaku Mentor. Dan sahabat-sahabat yang telah membantu dan membersamai dari awal hingga akhir yaitu M. Eka Arifansyah, M. Fadhli, Abdurrahman, Ali Usman, Azka Nurhanif, Bunyan Marsus, Fajerul Falah, Fernando Trianggoro, Ilham Awal Aprisya, Irsyad Mahdi, dan Lurah kami Riki Irawan Pratama serta teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan semuanya. Terima kasih karena telah memberikan semangat, doa, saran dan bantuan selama perkuliahan.

Semoga amal baik bapak/ibu, saudara/i, teman-teman akan mendapatkan imbalan dan balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna maka kritik dan saran yang sifatnya membangun ke arah yang lebih baik sangat diharapkan guna penyempurnaan skripsi dikemudian hari, akhir kata penulis mengucapkan banyak terimakasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

**Indralaya, 28 Oktober 2022**



**Fahrizal Afriansyah**

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b><i>ABSTRACT</i></b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kerangka Konseptual.....	19
2.2.1 Diplomasi Komersial.....	19
2.3 Alur Pemikiran.....	24
2.4 Argumentasi Utama.....	25
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....	26
3.1 Desain Penelitian.....	26
3.2 Definisi Konsep.....	27

3.2.1	Strategi.....	28
3.2.2	Batik .....	28
3.2.3	Diplomasi Komersial.....	28
3.3	Pokus Penelitian.....	30
3.4	Unit Analisis .....	31
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	31
3.6	Teknik Pengumpulan data.....	32
3.7	Teknik Keabsahan data .....	32
3.8	Teknik Analisis data .....	33
<b>BAB 4 GAMBARAN UMUM.....</b>		<b>34</b>
4.1	Perkembangan Batik Indonesia di Lingkup Internasional .....	34
4.2	Persebaran dan Promosi Batik di Mancanegara .....	38
4.2.1	Peran Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia.....	38
4.2.2	Pencalonan Ke UNESCO (2004-2009).....	40
4.2.3	Linimasa Program Pasca Pengakuan UNESCO.....	45
4.2.4	Promosi Batik oleh Kementerian Perdagangan.....	47
4.2.5	Promosi Batik oleh Kemendikbud.....	48
4.2.6	Promosi Batik oleh Kementerian Perindustrian .....	49
<b>BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>51</b>
5.1	Intelligent.....	51
5.1.1	Mengembangkan Aplikasi Batik Analyzer .....	51
5.1.2	Pengembangan industri batik melalui Balai Besar Kerajinan dan Batik Kementerian Perindustrian RI .....	53
5.1.3	Himbauan Produk Batik Yang Ramah Lingkungan.....	54
5.2	Networking and Public Relations .....	55
5.2.1	Promosi Batik Melalui Carnival Tropical Paris 2018.....	55
5.2.2	Promosi Batik Melalui Indonesian Diaspora Network (IDN) 2018.....	58

5.3	Contract Negotiator of Implementation.....	59
5.3.1	Pertemuan Menteri Perindustrian RI dengan Menteri Industri, Digital dan Inovasi Perancis tahun 2017 .....	59
5.4	Trade Promotion .....	60
5.4.1	Mengikuti Pergelaran <i>Paris Fashion week 2018</i> .....	60
5.4.2	Batik For The World di Paris 2018 .....	65
5.4.3	La Mode Sur La Seine a Paris 2019 .....	69
<b>BAB 6</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>73</b>
6.1	Kesimpulan .....	73
6.2	Saran .....	74

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pertumbuhan Industri Tekstil dan Pakaian Jadi di Indonesia.....	2
Tabel 2. Nilai Ekspor Batik Indonesia Tahun 2016-2019.....	5
Tabel 3. Top 6 Nilai Ekspor Batik Indonesia di Uni Eropa .....	8
Tabel 4. Tinjauan Pustaka .....	11

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Sertifikat Pengakuan UNESCO Terhadap Batik .....	36
Gambar 2. Timeline Promosi Batik Di Dunia .....	42
Gambar 3. Promosi batik oleh Perwakilan Indonesia di berbagai negara .....	43
Gambar 4. Promosi Batik di Islamabad.....	45
Gambar 5. Promosi Batik di Thailand .....	46
Gambar 6. Promosi batik di Dewan Keamanan PBB tahun 2019 .....	47
Gambar 7. Aplikasi Batik Analyzer Balai Besar Kerajinan dan Batik Kementerian Perindustrian RI.....	52
Gambar 8. Pergelaran <i>Paris Fashion Week</i> 2018.....	63
Gambar 9. Oscar Lawalata menampilkan batik di kantor Pusat UNESCO di Paris lewat Batik For The World .....	67
Gambar 10. Edward Hutabarat menampilkan batik di kantor pusat UNESCO di Paris .....	67
Gambar 11. Denny Wirawan menampilkan batik di kantor pusat UNESCO di Paris lewat Batik For The World. ....	68
Gambar 12. Pergelaran <i>La Mode Sur La Seine</i> a Paris pada 29 September 2019 di Paris .	70

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

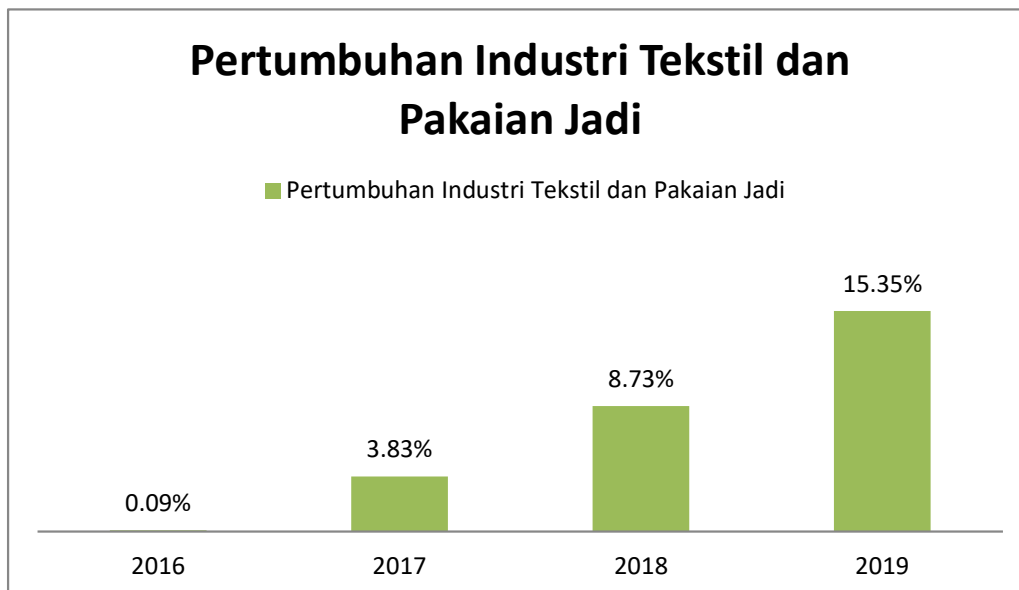
Di era globalisasi saat ini, persaingan perekonomian antar negara mengalami peningkatan yang sangat tinggi. Persaingan perekonomian dapat dilihat dari banyaknya kegiatan yang dilakukan oleh masing-masing negara dalam melakukan hubungan kerjasama dengan negara lain demi tercapainya kebutuhan negara. Kebutuhan negara yang beragam menjadikan kebutuhan terhadap barang sangat tinggi. Perkembangan perdagangan antar negara disebabkan karena adanya kesadaran tentang pentingnya daya saing untuk memajukan perekonomian nasional masing-masing negara. (Sajow, 2016).

Jika dilihat pada pertengahan tahun 80-an, kesadaran pentingnya daya saing perdagangan disebabkan karena meningkatnya daya saing ekspor berbagai macam produk di pasar dunia. Persaingan perekonomian tidak akan terlepas dari adanya teknologi dan ekonomi digital yang berperan untuk mempercepat laju Industri yang ada di sebuah negara. (Perindustrian, 2018).

Indonesia merupakan negara Industri tekstil nasional yang mampu mendorong perekonomian lebih maju. Industri tekstil merupakan salah satu Industri yang strategis, karena Industri tekstil mampu menyediakan kebutuhan pokok masyarakat yaitu dalam kebutuhan sandang. Pertumbuhan industri tekstil dan pakaian jadi mencapai angka 15,35% pada tahun 2019. Sebelumnya pada tahun 2016 mengalami pertumbuhan negatif sebesar 0,09%. Dengan pertumbuhan industri tekstil pada tahun 2019 sebesar 15,35% . Maka pertumbuhan Industri non migas mencapai angka 4,34% berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 5,02%. Maka, dengan pencapaian tersebut, kontribusi Industri

tekstil dan pakaian jadi mencapai 7,2% dari PDB Industri Nonmigas atau berada pada posisi lima besar setelah industri makanan dan minuman, Industri alat angkut, Industri barang logam, Industri kimia, farmasi dan obat tradisional. (Statistik, 2020).

**Tabel 1. Pertumbuhan Industri Tekstil dan Pakaian Jadi di Indonesia Tahun 2016-2019.**



*Sumber: Kementerian Perindustrian RI*

Pada tahun 2017, pertumbuhan tekstil dan pakaian jadi sebesar 3,83% dan pada tahun 2018 mencapai 8,73%. Sehingga pada tahun 2018 kontribusi Industri sebesar 6,4% dan terjadi peningkatan pada tahun 2019 sebesar 15,35%. Oleh karena itu Industri tekstil tercatat sebagai Industri manufaktur paling tinggi pada tahun 2019. (Kementerian Perindustrian, 2019).

Salah satu produk yang dihasilkan dari Industri tekstil Indonesia adalah batik. Batik merupakan salah satu ciri khas produk Indonesia karena memiliki nilai luhur yang sangat tinggi dan harga ekonomis yang menjamin. Istilah batik pertama kali dikenalkan oleh nenek moyang pada abad XIII dimana pada saat itu batik ditulis di atas daun lontar. (Rahayu, 2008).



Pada awalnya, motif batik hanya sebatas pada bentuk hewan dan tanaman. Namun, seiring zaman ditemukan motif-motif baru seperti relief candi, wayang, motif abstrak, dan berbagai motif lain. Batik mempunyai ciri khas tersendiri dari setiap daerah yang ada di Indonesia, sehingga akan banyak dijumpai jenis batik yang beraneka ragam dan mempunyai makna yang indah. Perkembangan batik di Indonesia sangat erat kaitannya dengan kerajaan Majapahit, dimana para raja banyak yang memakai kain batik dan diikuti oleh para pengikut kerajaan yang dikenalkan kepada masyarakat sekaligus batik menjadi ciri khas budaya Indonesia. (Prayitno, 2010).

Batik Indonesia secara resmi dinobatkan sebagai warisan budaya Indonesia tak benda pada 2 Oktober 2009 oleh UNESCO. Dengan dinobatkannya batik sebagai warisan budaya, maka Indonesia mempunyai kesempatan lebih luas untuk meningkatkan dan mengeksport batik pada pasar global. (Irham Suryo Susanto, 2015). Industri batik Indonesia terus mengalami perkembangan penjualan ekspor di pasar internasional. Pemerintah dan para pelaku usaha batik berusaha untuk meningkatkan ciri khas batik sebagai warisan budaya dengan meningkatkan produksi batik nasional. Secara tampilan, batik memiliki gaya yang elegan dan sangat baik dipakai oleh masyarakat dunia karena ciri khas yang mencolok.

Dibandingkan dengan produk tekstil lain, batik memiliki ciri kas dan kebanggaan tersendiri. Batik sebagai karya seni bangsa yang sudah diwariskan oleh nenek moyang memiliki makna tersirat di setiap motif dan jenis kain batik. Makna tersebut dapat menjurus pada perbedaan motif batik dari masing-masing wilayah di Indonesia serta mempunyai berbagai aneka ragamnya. Dengan keunikan inilah mengantarkan batik sebagai warisan budaya tak benda yang diakui oleh UNESCO. Dari segi lain, batik juga memiliki gaya fashion yang begitu baik. Batik dapat dikolaborasikan dengan sedemikian rupa bentuknya, sehingga sangat sesuai dengan perkembangan mode dunia sekarang. Oleh karena itu, batik

mampu menembus berbagai pameran internasional dan menjadi icon budaya nasional. Industri batik mengalami perkembangan sangat cepat, tercatat 47.000 unit usaha telah berjalan dan setidaknya ada 200 ribu orang tenaga kerja yang tersebar di Indonesia. (Perindustrian, 2018).

Namun, disisi lain batik juga memiliki hambatan. Produksi dan pemasaran batik masih tertinggal jauh. Hal ini disebabkan karena minimnya tenaga kerja batik di Indonesia dan sulitnya dalam memproduksi bahan baku batik sehingga masih mengimpor dari negara lain seperti Thailand dan China. Bahan baku batik yang di impor Indonesia dari negara lain diantaranya seperti kain sutera dan pewarna sintesis yang kualitasnya lebih tinggi. Dengan adanya hambatan tersebut menjadi tantangan bagi pemerintah dan pelaku usaha batik dalam meningkatkan produksi dan ekspor batik di pasar global yang masih minim. (Nurainun, Heriyana dan Rasyimah, 2008).

**Tabel 2. Nilai Ekspor Batik Indonesia Tahun 2016-2019**



*Sumber: Kementerian Perindustrian RI*

Berdasarkan data di atas, ekspor batik mengalami penurunan yang signifikan dari tahun 2016-2019. Pada tahun 2016, ekspor batik mencapai 149,9 juta (US dollars) dan terus mengalami penurunan hingga tahun 2019 sebesar 17,99 juta (US dollars). Jika dibandingkan dengan produk tekstil lain, ekspor batik masih tertinggal jauh dibawahnya. Pada tahun 2016 hingga 2018, kenaikan nilai ekspor mencapai 11,87 menjadi 13,27 miliar (US dollars). (Kemenperin, 2021).

Berdasarkan kondisi tersebut, nilai ekspor batik di pasar global tahun 2016-2019 mengalami penurunan setiap tahunnya. Hal ini dikarenakan permintaan pasar global terhadap batik yang menurun. Peran pemerintah dalam kegiatan promosi batik di pasar global seperti pembentukan lembaga khusus yang mengelola batik dan menjalin kerjasama batik Indonesia. Indonesia juga telah menyiapkan rencana strategis 2015-2019 guna menunjang pengembangan IKM batik lebih baik. Rencana strategis tersebut dilakukan oleh Kementerian Perindustrian, Balai Besar Kerajinan Batik , hingga Kementerian Perdagangan dan

Pariwisata. Dalam rencana strategis ini, pemerintah berupaya untuk mengembangkan terkait zat warna batik, desain dan motif batik, hingga rekayasa alat tepat guna.

Pemerintah berperan besar dalam pemberian fasilitas penetapan standar, restrukturisasi alat-alat mesin IKM batik, serta membentuk material untuk mendukung tersedianya bahan baku batik. Sedangkan pada lingkup internasional, pemerintah telah menjalin kerjasama dengan *Free Trade Agreement Center* (FTA Center) guna memperluas dan mendukung promosi batik dalam skala internasional. Selain itu, pemerintah juga turut melakukan pameran dan promosi batik dalam skala global disusul dengan adanya perlindungan batik melalui Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2015 mengenai ketentuan impor tekstil dan produk tekstil batik dan motif batik. (Perindustrian, 2018).

Pemerintah tidak hanya berfokus pada pemberian fasilitas dan pelayanan batik dalam skala domestik, namun pemerintah juga mendorong supaya batik mampu bersaing di pasar internasional. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia terus berupaya dalam mempromosikan batik di pasar global dan terus menjalin kerjasama dengan negara yang berpotensi besar dalam meningkatkan citra batik di pasar global (NAJA, Yuliatin dan Irsyadunnas, 2019).

Sebelumnya pemerintah sudah melakukan beberapa kegiatan promosi setelah diakuinya batik sebagai warisan budaya tak benda oleh UNESCO pada 02 Oktober 2009. Pada tahun 2012, Kemendikbud menggelar *Internastional Associations of Historian of Asia* (IAHA) di Solo, 2-6 Juli 2012. Agenda ini bertujuan untuk mempromosikan penelitian sejarah di Asia. Kemudian mengajak peserta undangan ke museum batik Danarhadi. Dalam museum ini, tamu undangan melihat koleksi batik se-Indonesia dan proses pembuatan batik tulis atau cap. Tujuannya adalah untuk mengenalkan batik kepada khalayak luas. Tidak hanya itu, Kemendikbud juga mengajak peserta untuk mempelajari cara membuat batik bersama Maestro Komarudin Kudiya dalam museum tekstil. (Hamdani, 2020).

Lebih lanjut, promosi batik juga dilakukan oleh pelajar Indonesia di Jerman. Pameran batik ini diselenggarakan selama 3 bulan, terhitung sejak 24 November 2013 hingga Maret 2014 di Limenau, Jerman. Dalam pameran ini juga ditampilkan berbagai budaya nasional yang bertujuan untuk menarik minat masyarakat Jerman terhadap budaya lokal Indonesia. Serta melalui berbagai pameran lain dan ajang fashion internasional terkemuka. (Gultom, 2020).

Kemudian pemerintah melalui KBRI Paris juga mengadakan pameran batik dengan tema “Batik Javanis” yang digelar atas kerjasama pemerintah kota Saint-Quentin dan Galeri Saint-Jacques dan kolektir batik asal Swiss, Gaspard de Marval. Pameran ini berlangsung sejak 27 Maret hingga 12 Mei 2013 dengan menampilkan 200/pakaian batik koleksi Gaspard de Marval dan karya batik lokal dari berbagai daerah Indonesia. Pameran ini sebagai apresiasi atas karya batik yang sudah diakui sebagai warisan budaya tak benda Indonesia. Dari adanya pameran ini, pemerintah Indonesia meningkatkan kerjasama dengan Perancis dalam menunjang promosi batik Indonesia sehingga permintaan pasar masyarakat bertambah. (Hakim, 2018).

Perancis yang merupakan salah satu negara strategis yang menjadi tujuan para wisatawan asing dunia. Paris yang menjadi ibukota negara Perancis termasuk dalam empat kota terbesar aktivitas mode di dunia. Empat kota tersebut adalah Paris, Milan, London, dan New York City. (Kompasiana, 2021). Industri mode dunia sangat erat berkaitan dengan gaya hidup masyarakat urban, Industri ini juga menempati sebagai salah satu Industri terbesar di zaman ini. Pasar pakaian global diperkirakan tumbuh mencapai 1.5 triliun dollar AS sekitar 2.35 triliun dolar pada tahun 2025. Dengan perkembangan Industri yang menarik menjadikan Paris digelar sebagai “Ibu Kota Mode Dunia”. Hubungan baik antara Indonesia dan Perancis

sudah terjalin sejak tahun 1950-an, hingga kini terus mengalami perkembangan kerjasama antar kedua negara. (Kementerian Luar Negeri, 2018).

Berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian RI, nilai ekspor batik Indonesia di Perancis periode 2016-2019 cenderung stabil dibandingkan nilai ekspor batik global dan negara Eropa lainnya. Tahun 2016, nilai ekspor batik Indonesia di Perancis sebesar USD 190,891. Kemudian mengalami peningkatan signifikan pada tahun 2017 sebesar USD 280,607. Tahun 2018 sebesar USD 413,418. Dan mengalami penurunan tahun 2019 sebesar USD 349,484. (Perindustrian Republik Indonesia, 2021).

Peningkatan nilai ekspor dari tahun 2016-2018 disebabkan karena beberapa faktor, diantaranya karena permintaan pasar akan batik RI meningkat tajam, pengaruh batik yang baru hangatnya di akui sebagai warisan tak benda Indonesia oleh UNESCO. Dan maraknya promosi kegiatan batik pada tahun tersebut. Adapun penurunan nilai ekspor batik pada tahun 2019 dipengaruhi karena menurunnya permintaan pasar Perancis terhadap batik Indonesia.

**Tabel 3. Top 6 Nilai Ekspor Batik Indonesia di Uni Eropa**

No	Negara	2016	2017	2018	2019
1.	Belanda	1,369,303,74	1,249,618,00	1,061,468,79	372,412,71
2.	Ingris	1,288,997,74	708,785,06	278,110,51	824,713,21
3.	Jerman	1,107,745,97	899,513,54	232,234,28	134,015,46
4.	Italia	199,049,83	697,774,98	1,023,189,02	893,679,47
5.	Perancis	190,891,10	280,607,15	413,418,51	349,484,61
6.	Spanyol	154,239,53	85,916,12	49,713,99	3,085,77

*Sumber : Kementerian Perindustrian RI*

Paris menjadi tempat wisata utama bagi wisatawan asing dunia yang berlibur ke Eropa. Jika dilihat dari sejarahnya, Paris sudah lama menjadi tempat wisata peringkat satu di Eropa. Hal ini dipengaruhi karena objek wisata di Paris sangat mengagumkan seperti adanya Menara Eiffel, Museum Louvre dan sebagainya. Paris juga menjadi tempat warisan budaya dunia yaitu UNESCO hingga banyak situs-situs yang tercatat sebagai warisan populer di dunia. (Tokopedia, 2018).

Sejarah Paris sebagai kiblat mode dunia dapat dilirik dengan adanya kegiatan “Paris Fashion Week” yang sudah dimulai dari tahun 1973 dan menjadikan pergelaran ini sebagai pergelaran terkenal di dunia. Pergelaran ini diselenggarakan sebanyak dua kali dalam setahun oleh “French Fashion Federation” yang memuat koleksi-koleksi ternama model Industri saat ini seperti Christian Louboutin, Jean Paul Gaultier, Coco Chanel, dan sebagainya. Kegiatan ini menampilkan busana-busana menarik yang sudah di desain dengan begitu baik dan menyesuaikan dengan setiap musimnya. Oleh karena itu, kegiatan *Paris Fashion Week* menjadi pergelaran yang sangat ditunggu-tunggu oleh pecinta fashionista dan para pebisnis untuk menampilkan pergelaran terbaik dari setiap negaranya. Peran para IKM batik nasional sangat berpengaruh terhadap kegiatan promosi batik Indonesia di Perancis. (CakraDunia, 2022).

Melihat aktivitas promosi batik yang dilakukan pemerintah sangat dominan namun ekspor batik masih belum maksimal dan mengalami penurunan pada nilai ekspor batik global dan Uni Eropa. Maka penulis ingin mengetahui sejauh mana promosi batik yang dilakukan Indonesia di Perancis, mengingat nilai ekspor batik di Perancis cenderung stabil jika dibandingkan negara Uni Eropa lainnya. Oleh karena itu penulis menyusun penelitian dengan judul “Strategi Indonesia dalam Mempromosikan Batik di Perancis tahun 2016-2019”.

Sebagai bahan rujukan, penulis menggunakan beberapa referensi dari penelitian terdahulu, teori, dan konsep yang membantu penulis dalam menyusun penelitian ini.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah penulis kemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana Strategi Indonesia dalam Mempromosikan Batik di Perancis tahun 2016-2019”?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian dalam paper ini adalah untuk mengetahui strategi yang dilakukan Indonesia dalam mempromosikan batik di Perancis tahun 2016-2019.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **a. Manfaat Teoritis**

Memberikan manfaat dalam pemahaman dan pengetahuan informasi tentang kegiatan promosi batik di Perancis dan mengetahui strategi yang dilakukan pemerintah Indonesia dalam mempromosikan batik di Perancis dan pasar global. Juga memberikan manfaat informasi kepada peneliti selanjutnya sebagai bahan rujukan dan bahan pemikiran dalam melakukan penelitian selanjutnya.

### **b. Manfaat Praktis**

Memperluas wawasan mengenai promosi batik di Perancis dan mengetahui penerapan strategi untuk meningkatkan promosi batik di Perancis. Juga menjadi tempat penulis dalam mengembangkan wawasan dan meningkatkan dalam berpikir.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alunaza SD, H. (2015). Analisa Diplomasi Budaya Indonesia Melalui Tari Saman Gayo Dalam Mengukuhkan Identitas Nasional Bangsa. *Jurnal Hubungan Internasional*, 4(1), 88–96. <https://doi.org/10.18196/hi.2015.0069.88-96>
- BATIK SEBAGAI SALAH SATU KEBUDAYAAN A . Sejarah Batik Dunia. (2016). *Batik Sebagai Salah Satu Kebudayaan Indonesia*, 17–56.
- BBKB.kemenperin. (2022). *STANDAR PELAYANAN INFORMASI PUBLIK BALAI BESAR KERAJINAN DAN BATIK*. [https://bbkb.kemenperin.go.id/index.php/post/read/ppid\\_bbkb\\_\\_0](https://bbkb.kemenperin.go.id/index.php/post/read/ppid_bbkb__0)
- Bisnis.com, L. (2018). *Pameran Batik di Paris Fashion Week*. <https://lifestyle.bisnis.com/read/20180313/104/749149/alleira-tampilkan-batik-tradisional-indonesia-di-paris-fashion-week-2018>
- BPS. (2021). *nilai-ekspor-menurut-negara-tujuan-utama-nilai-fob-juta-us-2000-2021.html*. <https://www.bps.go.id/statictable/2014/09/08/1010/nilai-ekspor-menurut-negara-tujuan-utama-nilai-fob-juta-us-2000-2021.html>
- Cnnindonesia. (2016). *alleira-batik-suguhkan-batik-indonesia-dalam-gradasi-warna*. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20161002111055-277-162675/alleira-batik-suguhkan-batik-indonesia-dalam-gradasi-warna#:~:text=Alleira adalah salah satu label, didirikan di sebuah garasi rumah.>
- Cnnindonesia. (2022). *bagaimana-cara-ikut-fashion-show-on-schedule-di-paris-fashion-week*. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20220309141135-277-768829/bagaimana-cara-ikut-fashion-show-on-schedule-di-paris-fashion-week>

- Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Kementerian Perdagangan. (2011).  
Membangun “ Nation Branding. *Warta Ekspor*.
- Dunia.tempo.com. (2018). *diaspora-indonesia-tampil-di-carnaval-tropical-de-paris*.  
<https://dunia.tempo.co/read/1103916/diaspora-indonesia-tampil-di-carnaval-tropical-de-paris>
- Fachruddin. (2009). *Desain Penelitian*. Universitas Islam Negeri.
- Gabriella, C. (2013). Peran Diplomasi Kebudayaan Indonesia dalam Pencapaian Kepentingan Nasionalnya. *Universitas Hasanuddin*, 119.  
<https://core.ac.uk/download/pdf/25491649.pdf>
- Goodnewsfromindonesia. (2017). *catherine-njoo-melenggangkan-batik-prada-bali-ke-new-york-fashion-week-membanggakan*.  
<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2017/09/28/catherine-njoo-melenggangkan-batik-prada-bali-ke-new-york-fashion-week-membanggakan>
- Gultom, C. F. (2020). *BATIK SEBAGAI DIPLOMASI (Studi Kasus : Diplomasi Batik Indonesia di Amerika Pada Masa Pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono)*.  
1–67.  
<http://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/26893/160906108.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hakim, L. M. (2018). Batik Sebagai Warisan Budaya Bangsa dan Nation Brand Indonesia. *Nation State Journal of International Studies*, 1(1), 61–90.  
<https://doi.org/10.24076/nsjis.2018v1i1.90>
- Hamdani, N. A. (2020). Kajian Konseptual Daya Saing Ikm Batik Di Indonesia. *Journal*

*Civics & Social Studies*, 4(2), 25–39. <https://doi.org/10.31980/civicos.v4i2.917>

Herworld. (2019). *Desainer-Indonesia-Pamer-Karya-di-La-Mode-a-Paris*.  
<https://www.herworld.co.id/article/2019/9/11609-18-Desainer-Indonesia-Pamer-Karya-di-La-Mode-a-Paris>

Idntimes.com. (2019). *la-mode-sur-la-seine-a-paris-2019x*.  
<https://www.idntimes.com/life/inspiration/yolanda-vania/la-mode-sur-la-seine-a-paris-2019x>

Indonesia, B. (2019). *Mengapa orang Prancis begitu anggun?*  
<https://www.bbc.com/indonesia/vert-cul-50924878>Mengapa orang Prancis begitu anggun?

Kemdikbud. (2013). *kebudayaan.kemdikbud.go.id/google-art-project-kolaborasi-museum-nasional-indonesia*. <https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/google-art-project-kolaborasi-museum-nasional-indonesia/>

Kemenperin. (2013). *Dunia-Makin-Mencintai-Batik*.  
<https://kemenperin.go.id/artikel/6827/Dunia-Makin-Mencintai-Batik>

Kemenperin. (2017a). *Pertemuan-Menteri-Perindustrian-RI-dengan-Menteri-Industri,-Digital-dan-Inovasi-Peranci*. <https://kemenperin.go.id/artikel/17352/Pertemuan-Menteri-Perindustrian-RI-dengan-Menteri-Industri,-Digital-dan-Inovasi-Perancis>

Kemenperin. (2017b). *Strategi-Indonesia-Masuk-Revolusi-Industri-Keempat*.  
<https://www.kemenperin.go.id/artikel/17565/Empat-Strategi-Indonesia-Masuk-Revolusi-Industri-Keempat>

- Kemenperin. (2019). *Kemenperin-Bikin-Aplikasi-Identifikasi-Keaslian-Batik*.  
<https://kemenperin.go.id/artikel/20660/Unit-Litbang-Kemenperin-Bikin-Aplikasi-Identifikasi-Keaslian-Batik>
- Kemenperin. (2020a). *Kemenperin-Dorong-Pelaku-Industri-Batik-Terapkan-Praktik-Ramah-Lingkungan*. <https://www.kemenperin.go.id/artikel/21985/Kemenperin-Dorong-Pelaku-Industri-Batik-Terapkan-Praktik-Ramah-Lingkungan>
- Kemenperin. (2020b). *kementerian-luar-negeri-gelar-pameran-seni-rupa-bertajuk-weaving-the-ocean*. <https://kemlu.go.id/portal/id/list/view/82/kementerian-luar-negeri-gelar-pameran-seni-rupa-bertajuk-weaving-the-ocean>
- Kemenperin. (2021). Informasi Industri Buku Industri. *Booklet Informasi Industri Edisi II-2021*, 97. <http://ikapi.org/news/detail/industry-info/24/informasi-industri-buku-indonesia.html>
- Kementerian Perindustrian 2018. (n.d.). *Pertemuan-Menteri-Perindustrian-RI-dengan-Menteri-Industri,-Digital-dan-Inovasi-Perancis*. Diambil 1 September 2022, dari [https://www.kemenperin.go.id/artikel/17352/Pertemuan-Menteri-Perindustrian-RI-dengan-Menteri-Industri,-Digital-dan-Inovasi-Perancis%0Ahttps://www.bsn.go.id/uploads/download/3.laporan\\_capaian\\_kinerja\\_seme-ster-i\\_ta.2022\\_ed\\_2.pdf%0A](https://www.kemenperin.go.id/artikel/17352/Pertemuan-Menteri-Perindustrian-RI-dengan-Menteri-Industri,-Digital-dan-Inovasi-Perancis%0Ahttps://www.bsn.go.id/uploads/download/3.laporan_capaian_kinerja_seme-ster-i_ta.2022_ed_2.pdf%0A)
- Kemlu. (2021a). *kbri-bogota-berbagi-kebahagiaan-bersama-angkatan-laut-kolombia-dalam-festival-budaya-internasional-ke-4*. <https://kemlu.go.id/portal/id,/list/berita/84/kbri-bogota-berbagi-kebahagiaan-bersama-angkatan-laut-kolombia-dalam-festival-budaya-internasional-ke-4>

- Kemlu. (2021). *promosi-batik-dan-kuliner-di-provinsi-satun-thailand-selatan*.  
<https://kemlu.go.id/songkhla/id/news/17422/promosi-batik-dan-kuliner-di-provinsi-satun-thailand-selatan>
- Killian, P. M. E. (2013). Pemerintah Daerah dalam Diplomasi Ekonomi Indonesia : Studi Kasus pada Diplomasi Komersial Jawa Tim. *Jurnal ilmiah Transformasi Global*, 2(2), 20–40. <https://transformasiglobal.ub.ac.id/index.php/trans/article/view/27>
- Kompas.com. (2022). *Sejarah-paris-fashion-week-pekan-mode-dunia-yang-diadakan-sejak-1973*. <https://www.kompas.com/tren/read/2022/03/10/100000465/sejarah-paris-fashion-week-pekan-mode-dunia-yang-diadakan-sejak-1973?page=all>
- kumparan.com. (2020). *Inspirasi-filosofi-metal-di-koleksi-busana-pria-comme-des-garcons*.  
<https://kumparan.com/rayoga-akbar-firdaus/inspirasi-filosofi-metal-di-koleksi-busana-pria-comme-des-garcons-1tw45xP3aCn/1>
- Liputan6.com. (2017). *jk-ingin-diaspora-ri-contoh-india-dan-china*.  
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/3065163/jk-ingin-diaspora-ri-contoh-india-dan-china>
- Merdeka.com. (2020). *Teks Eksplanasi Dalam Wacana Surat Kabar*.
- Multilateral, P. P. dan P. K., Indonesia, K. L. N. R., & Nusantara, Y. T. B. (2019). *Dasawarsa Diplomasi Batik Indonesia Rekam Jejak Peran Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia 2008-2019*. 112.
- Nationalgeographic. (2011). *world-batik-summit-2011-digelar-di-jakarta*.  
<https://nationalgeographic.grid.id/read/13280409/world-batik-summit-2011-digelar-di-jakarta>

- Okezone.com. (2018). *batik-indonesia-melenggang-lagi-di-paris-fashion-week-2018*.  
<https://lifestyle.okezone.com/read/2018/07/18/194/1923987/batik-indonesia-melenggang-lagi-di-paris-fashion-week-2018>
- Perindustrian, K. (2018). *Kebijakan Industri, Perdagangan, dan Fasilitas Industri*.
- Perindustrian Republik Indonesia, K. (2021). *Mendorong Kinerja Industri Tekstil dan Produk Tekstil di Tengah Pandemi*. 1–37.
- Pujayanti, A. (2017). Gastrodiplomasi-Upaya Memperkuat Diplomasi Indonesia. *Politica*, 8(1), 38–56.
- Republika. (2019). *desainer indonesia tampil di la mode sur la seine a paris*.  
<https://www.republika.co.id/berita/py9x7q463/18-desainer-indonesia-tampil-di-la-mode-sur-la-seine-a-paris>
- Ristekdikti. (2011). *world-batik-summit-wbs-2011*. <http://l1ldikti12.ristekdikti.go.id/tag/world-batik-summit-wbs-2011>
- Saraswati, U. (2012). Upaya Mengeksiskan Batik di Kancah Internasional. *Warta Ekspor*, 1(003), 20.
- Statistik, B. P. (2020). *[Seri 2010] Laju Pertumbuhan PDB Seri 2010 (Persen)*.  
[https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view\\_data/0000/data/104/sdgs\\_17/2](https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data/0000/data/104/sdgs_17/2)
- Tagar.id. (2022). *prancis-akan-pasang-label-perlindungan-iklim-di-produksi-fesyen*.  
<https://www.tagar.id/prancis-akan-pasang-label-perlindungan-iklim-di-produksi-fesyen>
- Tempo. (2019). *belasan-desainer-indonesia-gelar-fashion-show-di-paris*.  
<https://cantik.tempo.co/read/1251015/belasan-desainer-indonesia-gelar-fashion-show-di>

paris

Travel.kompas.com. (2018). *Indonesia-a-fascinating-journey-digelar-di-depan-museum-louvre*. <https://travel.kompas.com/read/2018/05/23/182000327/-indonesia-a-fascinating-journey-digelar-di-depan-museum-louvre?page=all>

Travel.kompas.com. (2018b). *indonesia-ikuti-carnaval-tropical-paris*. <https://travel.kompas.com/read/2018/07/02/104018027/indonesia-ikuti-carnaval-tropical-paris>

Wolipop.detik.com. (2018). *pameran-batik-for-the-world-disambut-meriah-di-paris-didatangi-ribuan-orang*. <https://wolipop.detik.com/fashion-news/d-4057687/pameran-batik-for-the-world-disambut-meriah-di-paris-didatangi-ribuan-orang>