



Eksplorasi Minat Warga Korea Selatan terhadap Batik Indonesia

Putri Rizki Utami ¹, Muhammad Aqshel Revinzky ²,

^{1,2} Universitas Padjadjaran Bandung, Indonesia

Korespondensi Penulis : putri20039@mail.unpad.ac.id

Abstract - Globalization is a world development phenomenon where everything can be achieved instantly and makes things easier for humans in everything, whether in the use of technology or information obtained in gaining knowledge with just one click. However, in the 20th century, the development of this phenomenon became increasingly rapid and global. This is due to advances in technology and the ease with which information can be obtained via the internet which is used by almost all people in the world. Indonesian people take advantage of this phenomenon in distributing and introducing traditional Indonesian culture to foreign countries, especially South Korea. One of the Indonesian cultural products that can be exported is Indonesian batik which has been recognized by UNESCO as a world cultural heritage. This research aims to analyze the impact of globalization on Indonesian batik export opportunities to South Korea. This research uses a qualitative method with a phenomenological approach. The object of research is Indonesian batik which has successfully attracted the attention of the people in South Korea. This data was collected through interviews with local South Korean residents, observations, and literature studies. The research results show that globalization has had a positive impact on batik export opportunities in Indonesia. This can be seen from the increasing consumption of Indonesian products in South Korea and the interest of the South Korean people in learning Indonesian and its culture. Apart from that, through this research, other factors were found that influence the export opportunities of Indonesian batik to South Korea, including the quality of Indonesian batik, Indonesian and South Korean government policies, as well as the promotion of Indonesian batik in South Korea. Therefore, Indonesian business people need to take advantage of this opportunity to increase Indonesian batik exports to South Korea.

Keywords: Batik Export to South Korea, International Business, Indonesian Batik

Abstrak - Globalisasi merupakan sebuah fenomena perkembangan dunia memudahkan manusia dalam segala hal, baik itu dalam penggunaan teknologi maupun informasi yang didapatkan dalam memperoleh pengetahuan hanya dengan sekali klik. Namun pada abad ke-20, perkembangan dari fenomena ini semakin pesat dan mendunia. Hal tersebut disebabkan oleh kemajuan teknologi dan dengan mudahnya informasi yang didapatkan melalui media internet yang digunakan oleh hampir seluruh masyarakat di belahan dunia. Masyarakat Indonesia memanfaatkan fenomena ini dalam mendistribusikan serta mengenalkan budaya tradisional Indonesia ke mancanegara, khususnya Korea Selatan. Produk budaya Indonesia yang dapat di ekspor tersebut adalah salah satunya batik Indonesia yang telah diakui oleh UNESCO sebagai warisan budaya dunia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak globalisasi terhadap peluang ekspor batik Indonesia ke Korea Selatan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Objek penelitian pada penelitian ini adalah batik Indonesia yang telah sukses menarik perhatian masyarakat di Korea Selatan. Data ini dikumpulkan melalui wawancara dengan warga lokal Korea Selatan, observasi, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa globalisasi memiliki dampak positif bagi peluang ekspor batik di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah konsumsi produk-produk Indonesia di Korea Selatan dan minat masyarakat Korea Selatan untuk mempelajari budaya dan Bahasa Indonesia. Selain itu, melalui penelitian ini, ditemukannya faktor-faktor lain yang mempengaruhi peluang ekspor batik Indonesia ke Korea Selatan, yaitu antara lain seperti kualitas dari batik Indonesia, kebijakan pemerintah Indonesia dan Korea Selatan, serta promosi batik Indonesia di Korea Selatan. Oleh karena itu, pelaku bisnis Indonesia perlu memanfaatkan peluang ini untuk meningkatkan ekspor batik Indonesia ke Korea Selatan.

Kata Kunci: Ekspor Batik ke Korea Selatan, Bisnis Internasional, Batik Indonesia

1. PENDAHULUAN

Globalisasi merupakan faktor pendukung dari munculnya fenomena *cross-cultural exchange*, dimana suatu negara mengenalkan budaya asal negaranya kepada negara lain, begitupula sebaliknya. Fenomena ini menjadi tantangan bagi masyarakat Indonesia, khususnya generasi muda Indonesia untuk lebih mempertahankan keaslian dan keunikan

warisan budaya negaranya sehingga dapat memperkenalkan budaya negaranya ke mancanegara. Salah satu warisan budaya Indonesia yang terkenal dan sudah diakui oleh UNESCO adalah batik. Batik merupakan seni tekstil yang kaya akan motif dan filosofi serta menjadi simbol identitas negara Indonesia yang sudah turun-temurun dan telah menjadi tradisi untuk mengenakan batik pada beberapa peristiwa tertentu, seperti contohnya pada kegiatan formal dan seragam sekolah. Batik juga digunakan sebagai cara Indonesia mengenalkan budayanya kepada masyarakat asing yang cenderung memiliki minat pada seni karena memiliki keunikan dan arti yang mendalam pada tiap motifnya.

Korea Selatan merupakan destinasi negara yang tepat untuk memperkenalkan batik Indonesia ke mancanegara. Selain negara tersebut memiliki jarak yang dekat dengan Indonesia di kawasan Asia, masyarakat Korea Selatan juga memiliki ketertarikan untuk mempelajari dan meningkatkan wawasan mengenai seni dan budaya negara asing. Tidak hanya itu, negara tersebut juga memiliki minat ketertarikan terhadap *fashion* yang tinggi karena pengaruh dari standar kecantikan yang tinggi di negara tersebut. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa Korea Selatan merupakan negara yang memiliki kriteria yang cocok untuk dijadikan destinasi negara untuk memperkenalkan batik Indonesia.

Dikenalkannya batik Indonesia ke Korea Selatan melalui program seperti diplomasi budaya, pertukaran pelajar, dan festival budaya Indonesia yang diselenggarakan di Korea Selatan dapat meningkatkan minat serta rasa keingintahuan warga lokal terhadap budaya Indonesia. Program tersebut juga merupakan strategi promosi dalam memperkenalkan batik Indonesia kepada warga lokal dalam memberikan pandangan langsung terkait persepsi dan minat mereka terhadap batik Indonesia. Oleh karena itu, penulis mengangkat topik penelitian ini guna mengeksplorasi minat warga lokal Korea Selatan terhadap batik Indonesia untuk memahami sejauh mana pengetahuan dan apresiasi warga lokal di negara tersebut terhadap budaya Indonesia.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional terjadi karena adanya ketergantungan (*inter dependent*) satu negara dengan negara lain. Hal tersebut disebabkan oleh setiap negara yang tidak dapat memenuhi kebutuhan masyarakatnya, baik itu dalam bentuk konsumsi maupun industri. (Eddie Rinaldie, dkk., 2021).

Cross-Cultural Understanding

Perdagangan internasional terjadi karena adanya ketergantungan (*inter dependent*) satu negara dengan negara lain. Hal tersebut disebabkan oleh setiap negara yang tidak dapat memenuhi kebutuhan masyarakatnya, baik itu dalam bentuk konsumsi maupun industri. (Eddie Rinaldie, dkk., 2021).

Batik Indonesia

Batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia, jika diamati lebih dalam, terdapat banyak sekali jenis-jenis batik di Indonesia yang berbeda di setiap wilayah di Indonesia, seperti batik Solo, Pekalongan, Semarang, Yogyakarta, Cirebon, bahkan Papua. Setiap wilayah memiliki ciri khas dan keunikan dari batik di wilayahnya, baik itu dari segi motif maupun produksinya.

Korea Selatan

Korea Selatan terletak di Asia Timur Laut, negara ini sering kali disebut dengan “negara Korea”, namun sebenarnya negara ini memiliki nama resmi, yaitu “negara Republik Korea”. Negara ini diapit oleh dua negara, yaitu negara China dan Jepang. Secara geografis, Korea terletak diantara 33-43° Lintang Utara (LU) dan 124-132° Bujur Timur (BT). Korea merupakan salah satu bagian dari Semenanjung Korea yang telah terbagi menjadi dua bagian, yaitu Korea Utara dan Korea Selatan.

Teori Kurva U (*U-Curve*)

Menurut (Samovar, 2015:383) *U-Curve Theory* atau Teori Kurva U merupakan sebuah teori yang membahas tentang tahapan yang dirasakan atau dihadapi oleh seseorang yang mengalami *culture shock*. Tahapan tersebut terbagi menjadi empat bagian, yaitu fase *honeymoon*, fase *culture shock*, fase *recovery*, dan fase *adjustment*.

Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat)

Analisis SWOT merupakan sebuah cara mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan sebuah strategi perusahaan. Analisis ini digunakan untuk memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*) serta meminimalisir terjadinya kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*) yang akan dihadapi oleh suatu perusahaan (Rangkuti, 1998). Analisis ini mempertimbangkan faktor lingkungan internal dan eksternal yang dihadapi oleh pelaku bisnis untuk mengambil keputusan dan strategi suatu perusahaan. (Marimin, 2004:58)

Analisis Matriks IFE

Menurut (David, 2017) Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation Matrix*) adalah alat

strategis yang digunakan untuk menilai kekuatan dan kelemahan internal perusahaan. Matriks ini memberikan gambaran umum yang komprehensif mengenai area fungsional perusahaan serta mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.

Analisis Matriks EFE

Matriks EFE membantu perusahaan untuk memahami lingkungan eksternal mereka dan menilai efektivitas strategi mereka. Apabila hasil penilaian mendapatkan nilai yang tinggi, menunjukkan keselarasan yang kuat antara strategi perusahaan dengan faktor eksternal. Sedangkan apabila perusahaan mendapat nilai yang rendah, menunjukkan bahwa perusahaan perlu menyesuaikan strateginya untuk mengatasi peluang dan ancaman eksternal dengan lebih baik. (David, 2017)

Analisis Matriks IE

Matriks Internal-Eksternal (IE) merupakan alat analisis yang dapat membantu sebuah organisasi untuk menentukan strategi. Matriks ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang relevan. Faktor internalnya meliputi keuangan, teknologi, dan sumber daya manusia (SDM). Sedangkan faktor eksternalnya meliputi peluang pasar, tren, dan persaingan bisnis. Pada Matriks IE, setiap faktor akan diberikan rating untuk mengetahui hasil akhirnya untuk menentukan keputusan. Rating yang digunakan adalah berupa pembobotan dengan skala 1-4 yang dapat mencerminkan tingkat kepentingan tiap-tiap faktor. Nilai akhir (skor total IFE dan EFE) dari hasil pembobotan nantinya akan digunakan untuk memetakan kelemahan dan kelebihan suatu perusahaan atau bisnis. (David, 2017)

PESTLE Analysis (Political, Economic, Social, Technological, Legal, dan Environment)

Analisis PESTLE yang terdiri dari *Political, Economic, Social, Technological, Legal*, dan *Environment* merupakan perencanaan yang dipakai oleh suatu perusahaan untuk memperluas konteks eksternal dengan cara melihat pada detail jenis masalah yang dihadapi beserta dampak perusahaan, seperti adanya faktor politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum (Kolios dan Read, 2013). PESTLE berfokus pada identifikasi tren yang dapat membantu pola pikir kritis dan mengantisipasi perubahan yang akan terjadi. (Rastogi dan Trivedi, 2016).

3. METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah *Seoul National University Gwanak-gu Office*, Nambusunhwan-ro, Gwanak-gu, Seoul, Korea Selatan. Menentukan waktu penelitian tidaklah

mudah bagi penulis untuk menentukan seberapa lama penelitian ini berlangsung. Penulis harus mempertimbangkan kompleksitas penelitian, ketersediaan sumber daya, serta target penyelesaian. Waktu yang digunakan pada penelitian ini adalah enam bulan lamanya. Pada dua bulan pertama dilakukannya proses penyusunan kerangka proposal penelitian, kemudian dua bulan berikutnya adalah pelaksanaan observasi dan analisis data secara ril selama penulis berada di Korea Selatan, dan dua bulan setelahnya adalah tahap penyusunan hasil laporan penelitian.



Gambar 1 Gate Utama Seoul National University Gwanak-Gu Office



Gambar 2 Gedung Perpustakaan Seoul National University



Gambar 3 Kawasan Sekitaran Wilayah Seoul National University

Sistematika Perancangan

Penelitian ini disusun dengan menggunakan metode kualitatif. Menurut (Moleog, 2014) dalam buku yang dituliskan oleh (Abdul Hakim, 2017) penelitian kualitatif merupakan sebuah metode penelitian naturalistik dimana peneliti mengobservasi lokasi penelitian dengan

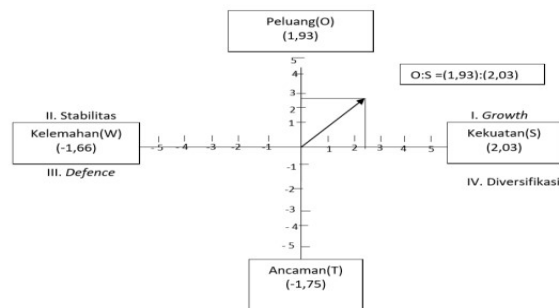
data kualitatif dan proses penelitiannya tidak menggunakan matematik statistik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami fenomena yang dialami oleh sebuah subjek meliputi perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain- lain.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat deskriptif dan menggunakan analisis dalam proses penelitiannya. Pada penelitian ini, peneliti menafsirkan suatu fenomena berupa fakta, gejala, dan peristiwa berdasarkan hal yang telah terjadi sehingga dapat dikaji untuk penelitian lebih lanjut. (Abdul Fatah, 2023). Metode penelitian ini dipilih oleh penulis dalam rangka menjelaskan atas pentingnya pengetahuan mengenai *Cross-Cultural Understanding* dalam mempromosikan budaya di suatu negara ke negara lain dan mengetahui pendapat warga lokal negara tujuan ekspor (Korea Selatan) mengenai budaya Indonesia tentang Batik Indonesia sebagai warisan budaya negara Indonesia yang telah diakui oleh UNESCO. Penelitian ini dilakukan berdasarkan pengalaman penulis ketika melakukan *volunteering* ke AIESEC in Seoul National University selama dua bulan lamanya (akhir Desember 2023 sampai pertengahan Februari 2024) melalui program *Global Volunteer* yang diselenggarakan oleh AIESEC Indonesia dan AIESEC Korea.

Penulis juga menggunakan metode studi pustaka yang bersumber pada jurnal, berita, buku, serta laman resmi Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, Kementerian Luar Negeri Republik Korea, dan Direktorat Jenderal Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia yang relevan dengan topik penelitian serta melakukan wawancara dengan beberapa warga lokal Korea Selatan untuk mengetahui seberapa jauh mereka mengenali Batik sebagai warisan budaya Indonesia dan ketertarikan mereka atas produk Batik.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Diagram Analisis SWOT



Gambar 1 Diagram Analisis SWOT

Nilai total dari matriks di gambarkan pada diagram analisis SWOT diatas beserta serta rumus kombinasi matriks SWOT. Setelah didapatkan hasil rumusan kombinasi alternatif strategi SO, ST, WO, dan WT dari lingkungan internal dan eksternal pada tabel di atas. Setelah didapatkan hasil rumusan kombinasi alternatif strategi SO, ST, WO, dan WT dari lingkungan internal dan eksternal pada tabel di atas. Rumusan alternatif strategi merupakan suatu alternatif yang digunakan perusahaan untuk menjalankan bisnis kedepannya. Berikut ini adalah kombinasi strategi matriks yang di dapat dari indikator dan dilakukan penggabungan pada faktor internal dan eksternal kombinasi, hasilnya bisa dilihat berikut.

<p style="text-align: center;">Faktor Internal</p> <p style="text-align: center;">Faktor Eksternal</p>	<p><i>Strength (S)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Budaya yang Kaya: Batik merupakan seni dan budaya yang sudah lama ada di Indonesia. Selain itu, batik juga merupakan simbol dari Indonesia itu sendiri serta memiliki nilai estetika dan historis yang kuat. 2. Kualitas Produk: Batik memiliki kualitas tinggi dengan motif yang beragam dan craftsmanship yang unik yang membuat produk ini terkesan eksklusif dan original. 3. Dukungan Pemerintah: Terdapat banyak program dari pemerintah Indonesia untuk mempromosikan batik ke luar negeri, termasuk ke Korea Selatan, untuk meningkatkan ekspor. 4. Peningkatan Pariwisata: Diplomasi batik Indonesia ke Korea Selatan juga berpengaruh pada peningkatan sektor pariwisata di kedua negara, 	<p><i>Weakness (W)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya Pengetahuan: Kurangnya pengetahuan warga Korea terhadap batik, sehingga perlunya edukasi lebih lanjut untuk memahami keunikan dan nilai budaya yang terdapat pada batik Indonesia. 2. Harga yang Tinggi: Produk batik yang berkualitas memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan produk lain. 3. Pemasaran yang Terbatas: Meskipun terdapat kemajuan dalam pengenalan batik Indonesia ke Korea, masih adanya keterbatasan dalam strategi pemasaran yang tepat untuk menjangkau target pasar di Korea Selatan. 4. Peningkatan Pariwisata: Diplomasi batik Indonesia ke Korea Selatan juga berpengaruh pada peningkatan sektor pariwisata di kedua negara,
--	--	---

	<p>Banyaknya Masyarakat Korea Selatan yang berkunjung ke Indonesia.</p> <p>5. Ekspor Batik: Ekspor batik Indonesia ke Korea Selatan berhasil memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan ekspor batik Indonesia ke Korea Selatan.</p>	<p>Banyaknya Masyarakat Korea Selatan yang berkunjung ke Indonesia.</p> <p>5. Terbatasnya diplomasi budaya Indonesia melalui batik di Korea Selatan belum dimanfaatkan secara maksimal</p>
<p>OPPORTUNITIES (O)</p> <p>1. Pasar Fashion yang Berkembang: Perkembangan fashion di Korea Selatan sangat dinamis dan terdapat tren untuk menggabungkan elemen tradisional ke dalam gaya modern. Hal tersebut menjadi peluang untuk batik Indonesia agar lebih dikenal di Korea Selatan.</p> <p>2. Perkembangan Teknologi Digital: Dengan semakin maraknya e-commerce dan media sosial, batik bisa lebih mudah dipromosikan melalui media sosial dan dijual ke konsumen di Korea Selatan.</p> <p>3. Minat Terhadap Produk Berkelanjutan: Terdapat banyak warga Korea Selatan yang saat ini sangat menghargai produk yang ramah lingkungan. Batik yang diproduksi dengan cara berkelanjutan dan terkenal <i>eco-friendly</i> dari bahan dan proses pembuatannya menjadi daya tarik tersendiri bagi warga Korea Selatan.</p>	<p>STRATEGI SO</p> <p>a. Peningkatan kerjasama Budaya dan Ekonomi Indonesia melalui peningkatan ekspor Batik Indonesia sekaligus memperkenalkan Budaya Batik Indonesia</p> <p>b. Peningkatan Kesadaran Budaya: Diplomasi budaya Indonesia melalui batik di Korea Selatan.</p> <p>c. Peningkatan Hubungan budaya Indonesia melalui batik antara Indonesia dan Korea Selatan.</p> <p>d. Peningkatan Kerjasama Perdagangan antara Indonesia dan Korea Selatan.</p> <p>e. Peningkatan Ekspor Batik Indonesia dengan memanfaatkan</p>	<p>STRATEGI WO</p> <p>a. Produsen Batik Indonesia perlu proaktif dalam melindungi hak kekayaan intelektual batik di Korea Selatan, bekerja sama dengan otoritas Korea Selatan untuk mengatasi masalah imitasi dan pemalsuan produk batik.</p> <p>b. Kebijakan perdagangan di Indonesia dapat berubah-ubah di waktu yang tidak dapat dipastikan.</p> <p>c. Keterbatasan di Korea Selatan akan tidak memiliki banyak pengetahuan, terutama pada perihal <i>exposure</i> dan <i>awareness</i> terhadap batik Indonesia.</p> <p>d. Perlunya pengembangan produksi produk batik yang berkualitas dan <i>eco-friendly</i>.</p> <p>e. Perlunya melakukan <i>research</i> pasar yang mendalam terkait preferensi dan minat warga Korea Selatan mengenai tingkat ketertarikan mereka dalam membeli produk batik serta hal-hal apa saja yang dapat mempengaruhi mereka</p>

<p>4. Kerjasama Perdagangan Indonesia dengan Korea Selatan melalui IKCEPA, AKFTA, dan RCEP membuka peluang bagi eksportir Batik Indonesia ke Korea Selatan.</p> <p>5. Kualitas Batik dan Pola Batik yang sangat halus dan cantik, dan unik. menjadi simbolisme Indonesia, sangat dimininati oleh masyarakat Korea Selatan baik di kalangan muda maupun dewasa.</p>	<p>fasilitas Kerjasama Perdagangan antara Indonesia dan Korea Selatan.</p>	<p>dalam pertimbangan untuk membeli produk batik.</p>
<p>TREATHS (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan dengan Produk Lain: Terdapat banyak produk dari negara lain yang dapat menjadi pesaing, terutama pesaing yang berasal dari kawasan Asia yang juga mengusung konsep tradisional 2. Perubahan Tren <i>Fashion</i>: Tren fashion terkenal cepat berubah seiring perkembangan zaman dan globalisasi, sehingga membuat batik harus dapat terus- menerus beradaptasi sesuai dengan selera pasar yang dinamis agar tetap diminati. 3. Reaksi Terhadap Globalisasi: Di tengah arus globalisasi, terdapat banyak masyarakat lebih memilih produk lokal dikarenakan terdapat nilai orisinil terkandung dalam produk. 	<p>STRATEGI ST</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Adanya kemajuan teknologi dan globalisasi memudahkan masyarakat Korea Selatan dalam mengakses informasi terkait batik Indonesia. b. Globalisasi membuat masyarakat Korea Selatan, terutama generasi muda, <i>aware</i> terhadap budaya asing yang masuk ke negara tersebut dan membuat pemikiran mereka menjadi terbuka terhadap perspektif global. c. Masyarakat Korea Selatan memiliki ketertarikan terhadap fashion dan seni yang tinggi, sehingga memudahkan batik Indonesia dapat diterima karena memiliki motif serta makna dari setiap <i>pattern</i>-nya yang filosofis dan mengandung sejarah. d. Terdapatnya informasi 	<p>STRATEGI WT</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Perkembangan teknologi digital dapat menjadi ancaman dan bahaya, sebab negara lain dapat dengan mudahnya meng-klaim budaya asing menjadi budaya milik negara tersebut. b. <i>Fast-fashion</i> merupakan hal yang perlu dipertimbangkan dan ditindaklanjuti lebih lanjut, sebab dapat menyebabkan kenaikan limbah lingkungan dan industri. c. Indonesia kurang <i>aware</i> terhadap pemeliharaan lingkungan yang baik dan bersih, serta cara untuk menanggulangi hal tersebut. d. Tren <i>fashion</i> di Korea Selatan cenderung beradaptasi dan berubah dengan cepat. Oleh karena itu, perlunya batik Indonesia

<p>Hal ini dapat menjadi tantangan untuk mempromosikan batik sebagai barang yang memiliki nilai dan kualitas tinggi.</p> <p>4. Pengenalan brand dan edukasi mengenai batik Indonesia mungkin memerlukan upaya lebih lanjut untuk memastikan bahwa batik Indonesia mendapatkan pengakuan dan apresiasi yang layak di Korea Selatan.</p> <p>5. Regulasi perdagangan dan standar kualitas yang berlaku di Korea Selatan juga dapat memengaruhi ekspor dan pemasaran batik Indonesia di negara tersebut.</p>	<p>terkait regulasi perdagangan serta standar kualitas untuk mengekspor batik membuat perusahaan di Indonesia lebih mudah dalam mengetahui informasi tersebut.</p> <p>e. Dapat mengetahui standar fashion di Korea Selatan berdasarkan perspektif dan preferensi mereka.</p>	<p>dalam menyeratakan tempo perubahan yang terdapat di Korea Selatan agar nilai orisinilnya tetap terjaga dan terus berinovasi.</p> <p>e. Regulasi perdagangan dengan Indonesia cenderung sulit karena diperlukannya dokumen-dokumen pendukung yang harus dikumpulkan. Perlunya kemudahan regulasi perdagangan antara Indonesia dengan Korea Selatan.</p>
--	--	---

PESTLE Negara Korea Selatan

Pada bab ini, penulis akan membahas terkait analisis PESTLE yang mencakup faktor politik, ekonomi, sosial, teknologi, hukum, dan lingkungan yang dapat mempengaruhi minat warga Korea terhadap batik. Tujuan dari analisis ini adalah untuk memberikan gambaran secara menyeluruh mengenai berbagai aspek yang dapat mempengaruhi penerimaan dan popularitas batik di Korea Selatan.

Tabel 1 Analisis PESTEL

Analisis PESTLE	
<p>Politik <i>(Political)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Peran pemerintah dalam memudahkan regulasi perizinan untuk melakukan ekspor atau menjual produk batik ke Korea Selatan. ● Peluang untuk menghadirkan <i>Art Exhibition</i> atau Museum yang mengungsung tema batik. Indonesia untuk meningkatkan <i>culture awareness</i> terhadap batik di Korea Selatan. ● Kestabilan politik di Korea Selatan memiliki demokrasi yang matang serta memiliki peran militer yang cukup kuat yang disebabkan oleh program pemerintah wajib militer bagi

masyarakatnya untuk siap siaga dari segala ancaman dan memiliki tingkat disiplin tinggi.

Ekonomi
(Economy)



Gambar 2 GDP Korea Selatan 2023
(Sumber: data.worldbank.org)

- Masyarakat atau warga Korea Selatan cenderung memiliki keingintahuan lebih terkait *culture* atau budaya asing yang masuk ke negara mereka yang disebabkan oleh faktor globalisasi, khususnya generasi muda.
- Promosi batik di Korea Selatan cenderung mudah diterima oleh masyarakat. Terutama beberapa tahun belakangan ini, di Korea Selatan sedang booming-nya melakukan promosi produk melalui *Pop-Up Store*. Hal tersebut dapat menjadi masukan dan peluang bagi pengusaha di Indonesia yang ingin melakukan ekspor produk atau menjual produk yang memiliki nilai budaya Indonesia, seperti batik, ke pasar Korea. Dengan melakukan promosi melalui *Pop-Up Store*, Masyarakat di negara tersebut, khususnya generasi muda akan melakukan *spread brand awareness* terhadap suatu produk secara besar- besaran melalui berbagai platform sosial media, seperti Naver dan KakaoTalk yang booming di kalangan masyarakat Korea Selatan. Selain itu, platform TikTok juga dapat membantu Indonesia dalam mempromosikan produk budaya lokal ke mancanegara.

	<ul style="list-style-type: none"> • Pendapatan Korea Selatan berasal dari berbagai sektor, beberapa diantaranya adalah dari sektor ekspor barang manufaktur seperti elektronik dan industri jasa seperti pariwisata. Selain itu, faktor pendukung lainnya adalah salah satunya pendidikan. Hal tersebut disebabkan oleh sistem pendidikan di Korea Selatan yang terkenal memiliki kualitas tinggi dan menghasilkan tenaga kerja yang terampil.
<p>Sosial <i>(Social)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Korea Selatan sangat menghargai budaya di negara mereka dan menghargai tradisi serta estetika yang membuat batik kian menarik di masyarakat. • Negara Korea Selatan tergolong negara yang “<i>strict</i>” dengan berbagai aturan yang memiliki tujuan untuk mentoleransi antar budaya dan keyakinan, akan tetapi jika kita dapat memahami dan sesuai dengan aturan yang ada, maka penyebaran budaya Indonesia, khususnya batik, dapat dengan mudahnya diterima oleh masyarakat di negara tersebut. • Korea Selatan sangat menjunjung tinggi estetika dan <i>fashion</i> agar terlihat menarik dikalangan masyarakat dan global, mereka sering kali memposting kegiatan serta outfit mereka di platform media sosial. • Mengetahui kebiasaan (<i>behavioral</i>) masyarakat Korea Selatan, dapat menjadi peluang bagi Indonesia dan pengusaha Indonesia dalam memasarkan produk budaya seperti batik ke Korea Selatan.
	<ul style="list-style-type: none"> • Pemasaran produk batik Indonesia dengan influencer Korea Selatan atau K-Pop idol dapat menjadi masukan untuk mendapatkan <i>engagement</i> yang kuat di negara tersebut dengan melakukan <i>endorsement</i>. • Promosi kolaborasi brand dan exhibition dapat dilakukan dan dijual secara terbatas, sehingga dapat memikat masyarakat agar tidak tertinggal dari trend. Dengan begitu, masyarakat Korea Selatan akan merasakan antusiasme tinggi dan FOMO (<i>Fear Of Missing Out</i>) agar tidak tertinggal oleh trend.

Hukum <i>(Legal)</i>	<ul style="list-style-type: none">• Perlindungan Hak Cipta agar batik Indonesia tidak dapat di <i>claim</i> oleh negara-negara lain sebagai produk simbolik dari negaranya.• Batik merupakan simbol identitas dari negara Indonesia yang telah diakui oleh UNESCO sebagai warisan budaya Indonesia yang memiliki nilai persatuan, seperti yang terkandung pada Pancasila pada Sila Ke-3 yang berbunyi “Persatuan Indonesia” dan semboyan Bhinneka Tunggal Ika yang memiliki arti “Berbeda-beda tetapi tetap satu”.
--------------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> Hak Cipta batik Indonesia harus dilindungi dikarenakan memiliki arti simbolik dan identitas negara Indonesia. Perlindungan Hak Cipta untuk batik sendiri terdapat pada: <ol style="list-style-type: none"> Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta. Menurut Pasal 40 ayat (1) huruf j, karya seni batik, terutama yang bersifat inovatif dan kontemporer, mendapatkan perlindungan hak cipta. UU Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis yang melindungi merek dan indikasi geografis batik. Peraturan Menteri Perindustrian 74/M-IND/PER/9/2007 tentang penggunaan Batikmark untuk memastikan keaslian batik.
<p>Teknologi (<i>Techno logical</i>)</p> <p>Lingkungan (<i>Environ mental</i>)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Penggunaan media sosial dalam bentuk kampanye pemasaran dan penjualan online membuat batik dapat lebih mudah diakses dan dikenal oleh warga Korea Selatan. Teknologi membantu warga Korea Selatan untuk mengetahui dan <i>aware</i> terhadap budaya Indonesia, khususnya batik. Penggunaan teknologi dalam pemasaran digital sangat berpengaruh dalam mempromosikan suatu produk, contohnya melalui Instagram, TikTok, atau Naver yang dikemas secara menarik yang dapat memikat minat dan hati pembacanya untuk membeli produk. Korea Selatan sangat peduli terhadap betapa pentingnya lingkungan bagi mereka dan sangat aware dengan isu lingkungan, seperti global- warming. Penggunaan tekstil pada batik sangat ramah lingkungan (<i>eco-friendly</i>). Hal tersebut disebabkan oleh penggunaan warna-warna alami yang diekstrak dari bahan-bahan alami dari sumber daya alam yang tersedia di Indonesia, seperti warna kecoklatan yang dapat diekstrak dari daun jati dan warna hijau dari daun mangga. Penggunaan bahan alamiah dari proses produksi batik telah menjadi tradisi turun-temurun di Indonesia. Oleh karena itu, batik memiliki ciri khas dan keunikannya sendiri.

Rancangan Strategi

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penulisan Laporan Tugas Akhir melalui beberapa narasumber terpilih yang berpotensi dalam memberikan jawaban yang kredibel, terwujudlah strategi bisnis yang dapat menjadi peluang bisnis bagi perusahaan. Hasil identifikasi dari strategi- strategi yang didapatkan dari proses wawancara adalah sebagai berikut:

1. Mengadakan *Art Exhibition* di salah satu museum di Korea Selatan atau mengadakan kolaborasi dengan brand tertentu yang telah memiliki nama yang bagus dan terkenal di masyarakat dengan mengungsong tema batik.
2. Mengadakan *one-day class* membuat batik di Indonesia untuk turis. Tujuannya adalah agar turis yang datang ke Indonesia mendapatkan pengalaman cara membuat batik secara tradisional dan mendapatkan exposure mengenai budaya Indonesia secara langsung.
3. Membuat *Pop-Up Store* di Korea Selatan yang mengungsong tema batik Indonesia. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan minat warga Korea Selatan terhadap batik Indonesia dan menimbulkan rasa FOMO, sebab konsep *Pop-Up Store* hanya dapat berlangsung pada jangka waktu tertentu.
4. Berkolaborasi dengan brand internasional maupun brand lokal Korea Selatan dengan mengungsong tema batik Indonesia agar warga lokal Korea Selatan mendapatkan *exposure* dan *insight* terkait batik dan juga budaya Indonesia secara tidak langsung.
5. Membuat merchandise atau souvenir yang memiliki tema batik namun memakai bahan yang *eco-friendly* dan dapat digunakan untuk pemakaian *daily*. Seperti totebag, *paperbag*, *reusable cup*, dan sebagainya yang memiliki motif batik pada produk tersebut.
6. Memanfaatkan program pemerintah dan perjanjian perdagangan internasional yang berupa AK-FTA dan IK-CEPA untuk dapat melakukan ekspansi ke Korea Selatan.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan

Penelitian ini memberikan pemahaman terkait perspektif warga lokal Korea Selatan terhadap batik dan bagaimana mereka menanggapi masuknya budaya asing ke negara mereka. Penelitian ini juga menggambarkan bagaimana proses pertukaran budaya (*cultural exchange*) yang terjadi di Korea Selatan beserta tahapan bagaimana mereka dapat beradaptasi dengan budaya baru yang masuk ke negara mereka.

Penelitian ini merupakan salah satu studi pertama yang secara khusus mengkaji

mengenai fenomena ini. Temuan-temuan yang diperoleh juga dapat menjadi referensi bagi para pelaku usaha bisnis, industri kreatif, pembuat kebijakan, dan lainnya yang tertarik untuk mengembangkan pasar batik di Korea Selatan.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa rekomendasi untuk pengembangan pasar batik di Korea Selatan, yaitu:

1. Penelitian ini memberikan pandangan terkait bagaimana warga lokal Korea Selatan merespon dan beropini pada batik dan budaya baru yang belum pernah familiar sebelumnya bagi mereka beserta cara bagaimana mengenalkan dan mempromosikannya kepada mereka.
2. Ketertarikan dan minat masyarakat Korea Selatan terhadap batik dapat menjadi peluang bagi Indonesia dalam mengekspor produk batik ke negara tersebut.
3. Responden pada penelitian ini menunjukkan minat yang tinggi dalam mempelajari budaya Indonesia, khususnya batik.
4. Meskipun penelitian ini berfokus pada negara Korea Selatan, akan tetapi penelitian ini memiliki implikasi yang luas dalam memahami perspektif global terhadap industri batik Indonesia dengan cara memahami faktor-faktor yang dapat mendorong minat konsumen warga Korea Selatan dan mengetahui strategi pemasaran yang harus dikembangkan.
5. Preferensi terhadap produk-produk yang memiliki nilai tambah seperti produk yang mengandung unsur tradisional, *eco-friendly*, dan memiliki cerita dibalik motif yang terdapat pada sebuah produk dapat mempengaruhi minat konsumen Korea Selatan terhadap batik. Temuan ini memberikan hasil penelitian bahwa terdapatnya peluang besar untuk memasarkan produk batik Indonesia di Korea Selatan dengan konsep *storytelling* yang kuat.
6. Penelitian ini memperlihatkan bahwa adanya tren global yang semakin meningkat dan dapat mempengaruhi minat warga Korea Selatan dalam membeli produk batik.
7. Meningkatkan promosi batik Indonesia di Korea Selatan dengan melakukan *spread the awareness of batik Indonesia* di media sosial untuk meningkatkan minat warga lokal Korea Selatan terhadap batik dan untuk meningkatkan pemahaman mereka terhadap batik sebagai produk simbolis Indonesia yang telah di akui oleh UNESCO.
8. Membangun kerjasama antara desainer Korea Selatan dengan seniman batik Indonesia untuk menciptakan produk kolaborasi yang unik pada suatu brand dan dapat mempromosikannya melalui Pop-Up Store dan memanfaatkan media sosial sebagai wadah promosi.
9. Mengadakan *Art Exhibition* di suatu museum di Korea Selatan. Tujuannya adalah untuk

memperkenalkan batik secara tidak langsung kepada mereka melalui lukisan dan karya yang mengungjung tema atau konsep batik serta menambah pengetahuan kepada mereka mengenai budaya Indonesia.

10. Membuat *merchandise* atau *souvenir* yang memiliki tema batik namun memakai bahan yang *eco-friendly* dan dapat digunakan untuk pemakaian *daily*. Seperti *totebag*, *paperbag*, *reusable cup*, dan sebagainya yang memiliki motif batik pada produk tersebut.

Saran

Berdasarkan temuan dan data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat potensi besar untuk mengembangkan pasar batik di Korea Selatan. Akan tetapi, diperlukannya upaya lebih yang intensif untuk mempromosikan batik di Korea Selatan, baik itu dari segi budaya maupun estetika. Selain itu, pentingnya untuk menyesuaikan produk batik dengan preferensi konsumen lokal Korea Selatan agar produk batik menarik perhatian konsumen masa depan.

Upaya peningkatan *awareness* batik Indonesia terhadap warga lokal Korea Selatan dapat berupa:

1. Perlunya memperkuat kerjasama bilateral antara Indonesia dengan Korea Selatan dalam kebudayaan serta kemudahan akses bagi Indonesia dalam memasarkan batik melalui ekspor produk di Korea Selatan.
2. Perlunya penyelenggaraan program pertukaran budaya melalui diplomasi budaya di Korea Selatan atau mengadakan dan menambah kuota pada program *student exchange* dengan mengirimkan mahasiswa Indonesia ke Korea Selatan lebih lanjut untuk memperkenalkan budaya Indonesia ke Korea Selatan, khususnya batik.
3. Pemerintah berperan penting dalam memberikan dukungan berupa finansial dan non-finansial kepada pengrajin batik untuk mengembangkan produk-produk terbaru yang sesuai dengan selera dan preferensi warga lokal Korea Selatan.
4. Pengusaha batik baik itu pengeskpor maupun menciptakan produk batik yang lebih inovatif dan sesuai dengan tren *fashion* terkini yang memiliki visual yang *eye-catching* di Korea Selatan.
5. Pentingnya untuk memahami terkait pengetahuan akan larangan yang tidak boleh dilakukan dan harus dihindari serta preferensi warga lokal Korea Selatan terhadap suatu budaya khususnya batik. Tujuannya adalah untuk memudahkan budaya Indonesia dapat diterima di Korea Selatan dan meminimalisir terjadinya stereotype terhadap “semua budaya asing tidak bisa bertoleransi terhadap budaya yang terdapat Korea” dan menurunkan tingkat egosentrisme warga negara tersebut untuk berpikiran lebih luas dan

terbuka secara global

6. Menyelenggarakan program *workshop* untuk perusahaan eksportir batik Indonesia yang akan mengeksport produk ke Korea Selatan dari pihak pemerintahan. Topik yang diangkat berfokus pada pengembangan keterampilan interpersonal, seperti kerja sama tim, negosiasi, dan resolusi konflik.

6. REFERENSI

- Admin Bea Cukai. (2023). Official website Direktorat Jenderal Bea dan Cukai. Diambil 28 Mei 2024, dari <https://www.beacukai.go.id/berita/ik-cepa-resmi-diimplementasikan-pahami-ketentuan-bea-masuk-barang-dari-korea.html>
- ASEAN-Korea Free Trade Area. (2012). Official website AKFTA. Diambil 13 Agustus 2024, dari <https://akfta.asean.org>
- David, F. R. (2017). *Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases* (16th ed.). Pearson Education.
- Fitria, S., & Yustisya, P. Z. (2021). Urgensi produksi batik ramah lingkungan dalam menembus potensi pasar internasional. *Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan dan Batik*, 1-14. Yogyakarta, 6-7 Oktober: Balai Besar Kerajinan dan Batik.
- Gabriel. (2024). Proses pembuatan batik yang mudah dipraktikkan bagi pemula. Diambil 28 Mei 2024, dari <https://www.gramedia.com/literasi/proses-pembuatan-batik/>
- Helmold, M., & Samara, W. (2019). *Progress in performance management*. Springer.
- IK-CEPA. (2023). Diambil 28 Mei 2024, dari <http://ftacenter.kemendag.go.id/ik-cepa>
- Isdarmadji, N. Q. (2023). IK-CEPA resmi diimplementasikan, Mendag: Jalan tol perdagangan Indonesia-Korea mulai terbuka luas. Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. <https://www.menpan.go.id/site/berita-terkini/berita-daerah/ik-cepa-resmi-diimplementasikan-mendag-jalan-tol-perdagangan-indonesia-korea-mulai-terbuka-luas>
- Luthfiyah, M. F. (2018). *Metodologi penelitian: Penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Mulyana, D., & Eko, B. S. (2017). Indonesian students' cross-cultural adaptation in Busan, Korea. *Jurnal Aspikom*, 3(2), 144-156.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode penelitian kualitatif*. Harva Creative.
- Novita. (n.d.). Manajemen lintas budaya. Diambil 28 Mei 2024, dari <https://bbs.binus.ac.id/ibm/2017/06/manajemen-lintas-budaya/>
- Nurfitria, M. M. (2022). *Manajemen strategi*. Cendekia Publisher.

- Pandawangi, A., Damayanti, N. Y., Apin, A. M., Dewi, B. S., Woelandhary, A. D., Caturwati, E., Suryani, E., Cempaka, G., Apriani, N., Irnawati, N., Mariana, R., Sartika, S., Rustiyani, S., Putri, V. U. G., & Listiani, W. (2021). *Reading the journey of Indonesian batik*. Ideas Publishing.
- Rafdinal, W., Juniarti, C., & Ardianti, I. (2023). *Perkembangan Hallyu di Indonesia: Pemasaran budaya Korea Selatan melalui K-drama dan K-pop*. DEWA Publishing. https://www.researchgate.net/publication/377921541_Perkembangan_Hallyu_di_Indonesia_Pemasaran_Budaya_Korea_Selatan_Melalui_K-Drama_dan_K-Pop
- Rohmah, I. I. T. (2021). *Cross cultural understanding: The road to travel the world*. Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.
- Samovar, L. A., Porter, R. E., & McDaniel, E. R. (2009). *Communication between cultures* (7th ed.). Cengage Learning.
- Samovar, L. A., Porter, R. E., McDaniel, E. R., & Roy, C. S. (2015). *Communication between cultures* (9th ed.). Cengage Learning.
- Samovar, L. A., Porter, R. E., McDaniel, E. R., & Roy, C. S. (2015). *Intercultural communication: A reader* (14th ed. and 40th ed.). Cengage Learning.
- Simanjuntak, G. F., Bakar, A. A. A. P., Siagian, N. R. A., Mulyadi, M., Lewoleba, K. K., Atiyyah, R., & Marza, S. E. (2024). Pemanfaatan warisan budaya menghindari ancaman globalisasi mewujudkan Indonesia Emas. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(1), 905-919. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i1.7818>
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep populasi dan sampling serta pemilihan partisipan ditinjau dari penelitian ilmiah pendidikan. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Widodo, A. K., Mahachandra, M., Widhiyaningrum, & Tahqiqi, M. R. (2019). Formulating a strategic management of social e-commerce through a combination of SWOT and PESTLE analysis: Case study. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 3177 - 3184.
- Wijaya, F. F., & Purbantina, A. P. (2022). Diplomasi budaya Indonesia melalui batik di Korea Selatan. *SOSIOLOGI: Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial dan Budaya*, 24(2), 147-172. <https://doi.org/10.23960/sosiologi.v24i2.311>