

BAB VI

PENUTUP

VI.1 Kesimpulan

Tren *Fashion* senantiasa berubah dengan cepat. Dalam hitungan bulan, selalu muncul mode *Fashion* baru. Ini tak lepas dari produktivitas para desainer *Fashion* lokal yang inovatif merancang baju-baju model baru, dan munculnya generasi muda kreatif yang antusias dengan industri *Fashion* ini. Masyarakat sebagai pasar pun juga semakin cerdas dan berselera tinggi dalam memilih *Fashion*.

Di sisi lain, subsektor ini harus menghadapi banyak tantangan. *Fashion* lokal masih menjadi anak tiri, pasar memprioritaskan ruangnya untuk produk-produk impor, sehingga *Fashion* lokal kurang mendapatkan tempat. Sedangkan tantangan lain yang tak kalah penting adalah sinergi industri hulu ke hilir, mulai dari pabrik tekstil/garmen, perancang busana, sampai ke urusan pasar.

Dalam perkembangan dunia *Fashion*, pihak yang memegang peran penting adalah Bekraf yang merupakan Lembaga Pemerintahan Non-Kementrian yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden Republik Indonesia untuk pengelolaan ekonomi kreatif (dalam hal ini *Fashion*) yang efisien dan kondusif.

Amerika Serikat merupakan pangsa pasar terbesar produk *fashion* sejak tahun 2010 hingga tahun 2016. Ekspor subsektor *fashion* ke Amerika Serikat memiliki peranan terbesar diantara negara tujuan lainnya. Komoditas terbesar produk *fashion* ke Amerika Serikat berasal dari industri pakaian jadi (konveksi) dari tekstil.

Dengan optimisme bahwa industri *Fashion* bisa bersaing di pasar internasional dan pelaksanaan *Nation Branding Fashion* Indonesia, Bekraf akan melakukan pendampingan melalui fasilitasi-fasilitasi yang bisa mendorong sub sektor ini menjadi semakin besar. Bekraf akan mengeluarkan

kebijakan untuk mendorong penggunaan karya *Fashion* dalam negeri, melancarkan ketersediaan bahan baku, sampai pada promosi produk-produk *Fashion* dalam negeri di pasar domestik dan global.

Usaha *Nation Branding* membutuhkan proses komunikasi yaitu penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan agar terjadi persamaan perspektif. Penulis mengelaborasi penelitian ini menggunakan konsep Diplomasi Publik yang dapat membuktikan peningkatan kepercayaan dan antusias dari masyarakat internasional terhadap *Fashion* Indonesia.

Nilai ekspor ekonomi kreatif Indonesia pada tahun 2016 sebesar US\$19,99 miliar. Selama periode 2010–2016, ekspor ekraf cenderung mengalami peningkatan kecuali pada tahun 2012 mengalami penurunan sebesar 1,29 persen dibanding tahun 2011. Subsektor *Fashion* memberikan peranan terbesar terhadap ekspor ekraf selama tahun 2010–2016. Pada tahun 2016 peranan subsektor *Fashion* sebesar 54,54 persen, selanjutnya subsektor kriya dan kuliner masing-masing 39,01 persen dan 6,31 persen. Sedangkan subsector lainnya hanya menyumbang sebesar 0,14 persen.

Selain itu, meningkatnya jumlah desainer lokal Indonesia yang melenggangkan karya-karyanya di ranah internasional juga membuktikan bahwa ada kemajuan di bidang *Fashion* Indonesia. Tak hanya ikut dalam sejumlah *Fashion Show* di luar negeri, banyak sekali pameran-pameran pakaian internasional yang sudah di gandrungi desainer lokal, hal ini tentu tak lepas dari dukungan dan pendidikan *Fashion* yang difasilitasi oleh Bekraf.

Sudah banyak kemajuan dan peningkatan yang dialami sub sektor *Fashion* dalam kurun waktu lima tahun belakangan ini. Penulis menyimpulkan bahwa upaya *Nation Branding Fashion* Indonesia tergolong meningkat dan akan terus membawa manfaat baik bagi Indonesia.

VI.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis melihat ada beberapa saran yang bisa digunakan oleh Bekraf dalam melaksanakan upaya peningkatan *Nation Branding Fashion* Indonesia:

1. Terus tingkatkan pendidikan mengenai *Fashion* di seluruh kota di Indonesia agar penyebarannya lebih merata.
2. Tingkatkan kerja sama dengan berbagai penyelenggara acara *Fashion* di seluruh dunia agar upaya penyebaran *Nation Branding Fashion* Indonesia lebih masif.
3. Buat lebih banyak *platform* mengenai edukasi *Fashion* di Indonesia yang membuat para penggiat *Fashion* lebih tertantang dan memiliki jiwa kompetisi yang tinggi.

