

## Daftar Isi

1. Pendahuluan .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah: .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
1.5. Tinjauan pustaka .....	5
1.6. Kerangka Konseptual .....	10
1.6.1. Teori Diplomasi Perdagangan.....	10
1.6.2. <i>Global Value Chain</i> .....	18
1.7. Argumen.....	32
1.8. Metode Penelitian .....	32
1.9. Jangkauan Penelitian.....	33
1.10. Sistematika Penulisan .....	33
Bab 2. Perdagangan Tekstil dan Produk Tekstil Indonesia dalam Konteks Global.....	34
2.1. Perdagangan Global Tekstil dan Produk Tekstil.....	34
2.1.1. Deskripsi .....	39
2.1.2. Kondisi Industri TPT Indonesia.....	40
2.1.3. Permasalahan dalam Industri TPT Indonesia .....	44
2.1.4. Produk Pakaian Jadi (PJ) .....	47
2.1.5. Memetakan Potensi Industri TPT Nasional .....	57
2.2. Perdagangan Tekstil dan Produk Tekstil.....	59
2.2.1. Negara Pasar Tradisional .....	59
2.2.2. Negara Pasar Non Tradisional Sebagai Alternatif Pengembangan Ekspor .	61
2.2.3. Faktor Pertimbangan Pemilihan Negara Pasar Non Tradisional .....	63
2.2.3.1. Eropa Tengah dan Timur.....	65
2.2.3.2. Amerika Latin dan Karibia .....	70
2.2.3.3. Afrika.....	73
2.2.3.4. Asia Tengah .....	76
2.2.3.5. ASEAN.....	77

2.2.3.6. Timur Tengah .....	79
Bab 3. Analisa Diplomasi Perdagangan TPT ke Kawasan Eropa Tengah dan Timur .....	82
3.1. Pendahuluan .....	82
3.2. Pemilihan Kawasan ETT Sebagai Kawasan Pasar Non Tradisional Potensial.....	84
3.3. Strategi Diplomasi Perdagangan TPT Indonesia ke Kawasan ETT.....	86
3.3.1. Aktor-aktor Diplomasi Perdagangan Indonesia .....	88
3.3.2. Implementasi Diplomasi Perdagangan TPT Indonesia ke Kawasan Eropa Tengah dan Timur .....	89
3.3.3. Analisa Strategi Memasuki Pasar Negara Non Tradisional.....	106
Bab 4. Analisa Diplomasi Perdagangan Melibatkan Penambahan Nilai dalam <i>Global Value Chain</i> .....	122
4.1. Strategi Penambahan Nilai Industri Pakaian Jadi Indonesia.....	122
4.2. Peta Global Value Chain TPT Indonesia dan Peran Diplomasi Perdagangan.....	127
4.2.1. Industri Sub-kontraktor Cut and Sew Pakaian Jadi Indonesia dalam <i>Global Value Chain</i> .....	128
4.2.2. Jalur Distribusi Pakaian Jadi Eropa Timur dan Tengah.....	133
4.2.3. Standar kualitas .....	135
4.2.4. Pemetaan GVC TPT Indonesia dan peran Diplomasi Perdagangan .....	136
4.3. Brand TPT Indonesia dalam <i>Global Value Chain</i> .....	141
4.3.1. <i>Barriers to Entry</i> dan <i>Rent</i> .....	143
4.3.2. <i>Brand</i> .....	148
4.3.3. Pakaian Muslim.....	148
4.3.4. Peta GVC Brand TPT Indonesia dalam Perdagangan ke Kawasan ETT dan Peran Diplomasi Perdagangan .....	153
Bab 5. Kesimpulan .....	154