

## Peran Lacorre dalam Diplomasi Ekonomi Guna Mendorong Ekspor Produk Fesyen ke Pasar Global pada Tahun 2024

### *Lacorre's Role in Economic Diplomacy to Encourage Fashion Product Exports to the Global Market in 2024*

Jupita Fatma Sari<sup>1\*</sup>, Tanti Nurgiyanti, Yeyen Subandi<sup>2</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Respati Yogyakarta  
<sup>\*1</sup>rarasaryyy@gmail.com, <sup>2</sup>tanti.nurgiyanti@respati.ac.id, <sup>3</sup>yeyensubandi@respati.ac.id

#### Abstrak

Mengelola bisnis pemasaran global adalah keterampilan penting bagi setiap pengusaha. Pemasaran global memungkinkan setiap pengusaha memiliki kesempatan yang sama dalam memperkenalkan produknya ke seluruh dunia. Dalam konteks produk fesyen, promosi internasional memerlukan langkah konkret seperti diplomasi ekonomi. Diplomasi ekonomi berfungsi sebagai panduan untuk memastikan keberlanjutan pasar global. Penelitian ini bertujuan untuk menilai peran Lacorre dalam mendorong ekspor produk fesyen Indonesia ke pasar global. Hasil penelitian menunjukkan bahwa melalui pelatihan dan workshop, Lacorre berhasil meningkatkan kualitas produk lokal dengan standar internasional, sementara inovasi dan penelitian terus memperkuat daya saing produk. Selain itu, Lacorre mempromosikan nilai budaya Indonesia dan mempererat hubungan antar negara, menciptakan peluang kerjasama ekonomi yang lebih luas, dan pada akhirnya memperkuat citra Indonesia di kancah internasional.

**Kata kunci : Lacorre; diplomasi ekonomi; pasar global.**

#### Abstract

*Managing global marketing is an essential skill for every entrepreneur. Global marketing provides equal opportunities for entrepreneurs to introduce their products worldwide. In the case of fashion products, international promotion requires concrete actions such as economic diplomacy. Economic diplomacy serves as a guide to ensure the sustainability of the global market. This study aims to evaluate the role of Lacorre in promoting Indonesian fashion product exports to the global market. The results show that through training and workshops, Lacorre has successfully enhanced the quality of local products to international standards, while research and innovation continue to strengthen product competitiveness. Furthermore, Lacorre promotes Indonesian cultural values, strengthens international relations, and creates broader economic cooperation opportunities, ultimately enhancing Indonesia's image on the global stage.*

**Keywords: Lacorre; economic diplomacy; global market.**

#### 1. PENDAHULUAN

Globalisasi telah membawa dampak signifikan bagi perkembangan dunia usaha, membuka peluang bagi banyak perusahaan untuk memperluas pasar mereka secara internasional. Untuk berhasil di pasar global, perusahaan perlu mengadaptasi strategi pemasaran yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan pasar yang berbeda-beda. Banyak perusahaan, termasuk di Indonesia, kini beralih ke pasar global untuk meningkatkan skala bisnis mereka, meskipun hal ini memerlukan waktu dan proses yang panjang. Pasar global berbeda dengan pasar lokal, karena melibatkan transaksi jual beli antara pembeli dan penjual dari berbagai belahan dunia. Oleh karena itu, perusahaan harus

merencanakan strategi yang matang dan memastikan bahwa produk mereka mampu bersaing di pasar internasional. Pemasaran digital menjadi elemen penting dalam strategi global, karena dapat mempermudah promosi produk ke pasar yang lebih luas. Akan tetapi, untuk tetap relevan, perusahaan harus beradaptasi dengan perubahan pasar dan tren yang berkembang (1).

Mengelola bisnis global memerlukan keterampilan khusus, karena pasar global memberikan kesempatan yang sama bagi setiap pengusaha untuk memperkenalkan produk mereka. Pemasaran global memungkinkan negara untuk memanfaatkan peluang ekspor yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Oleh karena itu, pelaku usaha harus mampu memanfaatkan peluang yang ada di pasar internasional untuk meningkatkan daya saing produk mereka. Pedagang yang sukses di pasar global biasanya mampu memperkenalkan produk lokal ke kancah internasional (2).

Industri fesyen merupakan sektor yang sangat dipengaruhi oleh tren global, di mana produk fesyen bisa mencerminkan gaya hidup, kecantikan, dan budaya. Produk fesyen dapat dipasarkan secara lokal maupun global, baik secara offline maupun online. Beberapa faktor yang mempengaruhi kesuksesan produk fesyen di pasar internasional antara lain kualitas produk yang sesuai dengan standar internasional, harga yang kompetitif, dan pemasaran yang efektif untuk menarik minat konsumen global. Selain itu, produk fesyen harus memiliki model dan tren yang relevan dengan perkembangan fesyen internasional (3).

Ketersediaan dan kualitas produk menjadi kunci untuk mempertahankan daya saing di pasar global. Produk fesyen harus dapat memenuhi permintaan pasar yang luas dan memastikan kualitasnya tetap terjaga. Di era digital, teknologi menjadi alat penting dalam pemasaran produk fesyen. Penggunaan platform media sosial untuk promosi produk mempermudah akses ke pasar internasional dan dapat mempercepat proses pengenalan produk ke pasar global.

Diplomasi ekonomi memainkan peran penting dalam mempromosikan produk ke pasar internasional. Melalui diplomasi ekonomi, hubungan perdagangan antar negara dapat ditingkatkan, yang berdampak positif pada perdagangan dan investasi. Diplomasi ekonomi bertujuan untuk memperkuat hubungan ekonomi antar negara dan memastikan kelangsungan pasar global. Di Indonesia, sektor fesyen telah memanfaatkan diplomasi ekonomi untuk mempromosikan produk lokal ke pasar internasional. Banyak Usaha Kecil Menengah (UKM) yang mendapat dukungan pemerintah untuk meningkatkan promosi produk mereka di pasar global, salah satunya melalui lembaga seperti Lacorre yang berfokus pada pengembangan ekspor produk fesyen Indonesia.

Pada tahun 2024, terdapat sekitar 65 juta UKM di Indonesia yang berperan besar dalam perekonomian, menyerap 97% tenaga kerja dan berkontribusi sekitar 61% terhadap PDB Indonesia (4). Selain itu, sektor UKM juga berkontribusi besar dalam ekspor. Lacorre, sebagai lembaga pendidikan yang berfokus pada pelatihan ekspor digital, berperan dalam membantu UKM untuk mempromosikan produk mereka di pasar internasional. Lacorre bekerja sama dengan distributor internasional dan agen pemasaran untuk membantu UKM memasuki pasar global, serta berpartisipasi dalam pameran internasional untuk memperkenalkan produk fesyen Indonesia.

Manggarai, sebuah daerah di Nusa Tenggara Timur, terkenal dengan kain tenun ikat tradisionalnya, yang disebut Towe Songke. Kain ini memiliki corak yang kaya akan makna budaya dan sering digunakan dalam upacara adat (5). Pada 2018, kain Songke pertama kali diperkenalkan di Paris Fashion Week, yang membuka peluang besar bagi produk fesyen dari daerah ini untuk dikenal di pasar internasional. Setelah diperkenalkan di berbagai event internasional, Songke kini telah diekspor ke negara-negara ASEAN. Namun, masih ada tantangan untuk memperluas pasar ekspor, terutama dari daerah seperti Wae Rebo, di mana pembatasan ekspor masih menjadi hambatan. Oleh

karena itu, Lacorre memberikan kebebasan bagi UKM, termasuk yang berada di Wae Rebo, untuk melakukan ekspor ke pasar internasional (6).

Pemerintah dan lembaga seperti Lacorre terus bekerja untuk meningkatkan kesadaran global tentang kekayaan budaya Indonesia, terutama melalui produk fesyen tradisional seperti Songke. Ekspor produk ini tidak hanya membantu meningkatkan pendapatan bagi para pengrajin, tetapi juga memperkenalkan warisan budaya Indonesia ke dunia internasional. Songke memiliki keunikan yang membuatnya cocok untuk diekspor dan menarik minat pasar internasional. Peningkatan permintaan global juga mendorong perbaikan kualitas produk, yang pada gilirannya meningkatkan daya saing industri fesyen Indonesia.

Lacorre berperan dalam mendukung pengembangan industri fesyen Indonesia melalui pelatihan dan pendampingan untuk desainer muda, serta memfasilitasi akses ke pasar internasional. Dengan memperkenalkan produk fesyen lokal yang unik, Lacorre membantu meningkatkan citra Indonesia di mata dunia dan memperkenalkan desain fesyen berkelanjutan yang semakin diminati di pasar internasional. Lacorre juga aktif melakukan survei pasar untuk mengidentifikasi negara-negara yang potensial untuk produk fesyen Indonesia, serta memastikan produk memenuhi standar internasional, termasuk dalam hal kualitas dan peraturan perdagangan (7).

Lacorre memainkan peran penting dalam diplomasi ekonomi dengan membantu meningkatkan ekspor produk fesyen Indonesia ke pasar global. Dengan memperluas jaringan dan meningkatkan kapasitas produksi, Lacorre berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi Indonesia dan meningkatkan daya saing produk fesyen di pasar internasional. Melalui dukungan dan pelatihan yang diberikan, Lacorre turut memperkuat industri fesyen lokal dan meningkatkan kualitas produk untuk memenuhi standar global (8).

## 2. KONSEP/TEORI

### 2.1. Liberalisme Ekonomi

Dalam buku Pengantar Hubungan Internasional oleh Robert Jackson dan Georg Sorensen, liberalisme ekonomi dijelaskan sebagai pandangan yang menekankan aktor individu yang rasional dan kemajuan bersama dalam suatu sistem yang saling menguntungkan (*positive-sum game*). Pemikiran ini mengakui pentingnya peran aktor non-negara, yang turut berkontribusi dalam memperkuat sektor produksi dan perekonomian suatu negara melalui inovasi dan stimulasi industri (9).

Dalam konteks penelitian ini, Lacorre berperan sebagai lembaga pelatihan ekspor yang membantu UKM Indonesia, seperti yang terlihat pada upaya mereka mempromosikan kain songke Manggarai. Lacorre memanfaatkan prinsip liberalisme ekonomi untuk memperluas akses pasar global, mendorong UKM untuk berinovasi, serta meningkatkan kapasitas dan efisiensi produksi melalui kebijakan perdagangan bebas dan perlindungan hak kekayaan intelektual. Dengan mengutamakan keunggulan komparatif, Lacorre tidak hanya mengembangkan dan mengeksport produk lokal ke pasar internasional, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Melalui upaya diversifikasi pasar dan inovasi, Lacorre memperkuat posisi ekonomi Indonesia di pasar global, sekaligus memajukan kesejahteraan UKM.

### 2.2. Diplomasi Ekonomi

Diplomasi ekonomi, menurut Olivier Naray dan Michel Kostecki, mencakup berbagai kegiatan yang berhubungan dengan kepentingan ekonomi negara, seperti diplomasi perdagangan dan finansial. Meskipun umumnya terkait dengan negara, diplomasi ekonomi tidak bersifat seragam dan

harus disesuaikan dengan kondisi masing-masing negara, sebagaimana dijelaskan oleh Stadman dan Ruel. Selain itu, menurut Yakop dan Bergeijk, diplomasi ekonomi juga memberikan manfaat bagi perusahaan swasta, terutama dalam membuka peluang pasar global (10).

Diplomasi ekonomi berfungsi sebagai alat kebijakan luar negeri untuk memaksimalkan keuntungan ekonomi negara melalui perdagangan, investasi, dan sektor lainnya, sambil mempertahankan kepentingan nasional. Dengan dasar pemikiran liberalisme ekonomi, konsep ini mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat (11). Diplomasi ekonomi berfokus pada interaksi internasional untuk mencapai keamanan ekonomi dan meningkatkan daya saing global negara.

Dalam penelitian ini, konsep diplomasi ekonomi digunakan untuk menganalisis peran Lacorre dalam memajukan UKM Indonesia, khususnya dalam ekspor kain songke Manggarai. Lacorre mengimplementasikan strategi yang meliputi pembukaan pasar baru, kerjasama perdagangan, dan promosi budaya, bekerja sama dengan pemerintah dan lembaga terkait. Dengan menarik investasi asing dan meningkatkan kapasitas produksi, Lacorre berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan UKM, dan penguatan ekonomi lokal melalui diplomasi ekonomi yang efektif.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1. Produk Fesyen Indonesia**

Industri fesyen di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat dengan banyaknya merek fesyen lokal yang kini tidak hanya populer di pasar domestik, tetapi juga berhasil menembus pasar internasional. Survei Goodstats menunjukkan bahwa 40,2% anak muda Indonesia lebih memilih merek lokal dalam berbusana, sementara hanya 3,8% yang memilih merek luar negeri (12). Pada 2023, produksi pakaian jadi meningkat 5%, didorong oleh produk kasual, pakaian muslim, dan olahraga yang semakin populer, baik di dalam negeri maupun luar negeri (13). Ekspor fesyen Indonesia juga melonjak, dengan tujuan utama seperti Amerika Serikat, Jepang, dan negara-negara Eropa, yang berdampak positif pada perekonomian nasional dan membuka lebih banyak lapangan pekerjaan.

Selain itu, trend fesyen berkelanjutan semakin berkembang, dengan banyak pelaku industri yang mulai menerapkan praktik ramah lingkungan seperti penggunaan bahan organik dan proses produksi efisien energi (14). Kesadaran konsumen terhadap pentingnya keberlanjutan semakin meningkat, mendorong pemerintah dan asosiasi industri untuk memberikan dukungan melalui program dan insentif. Tahun 2023 mencatatkan peluang besar bagi industri fesyen Indonesia yang terus berkembang, beradaptasi dengan tren global dan permintaan pasar yang dinamis.

Fesyen Indonesia kaya akan keragaman budaya yang tercermin dalam desain dan penggunaan kain tradisional seperti batik, tenun, dan songket. Setiap daerah memiliki ciri khas dalam pembuatan kain, yang menciptakan variasi unik dalam dunia fesyen Indonesia. Seiring dengan semakin banyaknya desainer muda Indonesia yang tampil di panggung global, kolaborasi antara desainer lokal dan internasional semakin memperkaya industri fesyen tanah air. Pameran mode seperti Jakarta Fashion Week dan Indonesia Fashion Week menjadi platform penting untuk memperkenalkan karya para desainer, sekaligus memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat mode yang patut diperhitungkan.

Produk fesyen Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan signifikan di pasar global, terutama dengan penggunaan kain tradisional seperti batik, tenun, dan songket yang dipadukan dengan desain modern. Produk fesyen lokal ini semakin diminati di pasar internasional, termasuk di Asia, Eropa, dan Amerika Serikat, dan kini banyak ditemukan di butik internasional serta dijual melalui platform

e-commerce global. Selain pakaian, aksesoris fesyen Indonesia seperti tas, sepatu, dan perhiasan juga semakin populer di pasar internasional berkat kualitas tinggi dan keunikan desain yang mencerminkan keragaman budaya (15).

Pemerintah Indonesia dan asosiasi fesyen telah meningkatkan dukungan untuk ekspor produk fesyen melalui program pelatihan dan pendampingan bagi desainer dan pengrajin. Event fesyen internasional di Indonesia juga menjadi strategi untuk menarik perhatian pembeli global. Dukungan ini, bersama dengan kreativitas dan kekayaan budaya Indonesia, membantu brand fesyen lokal semakin dikenal di dunia internasional. Menteri Koperasi dan UKM menyatakan bahwa banyak brand lokal kini sukses merambah pasar global berkat inovasi desain yang menggabungkan unsur tradisional dan modern.

Brand fesyen lokal Indonesia memanfaatkan platform digital dan e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar, berkolaborasi dengan influencer internasional, dan berpartisipasi dalam pameran mode internasional. Dengan strategi pemasaran yang efektif, mereka berhasil memperkenalkan produk mereka ke pasar global dan membangun reputasi di kota-kota mode dunia seperti Paris, New York, dan Tokyo. Dukungan pemerintah dan strategi inovatif ini semakin memperkuat posisi fesyen Indonesia di pasar internasional dan berkontribusi pada perekonomian nasional.

### **3.2. Peran Lacorre dalam Diplomasi Ekonomi Guna Mendorong Ekspor Produk Fesyen ke Pasar Global**

Lacorre memainkan peran penting dalam diplomasi ekonomi untuk mendorong ekspor fesyen Indonesia ke pasar global. Sebagai jembatan antara desainer lokal dan pasar internasional, Lacorre berkontribusi dalam meningkatkan visibilitas produk fesyen Indonesia melalui pameran mode internasional dan kemitraan dengan pemerintah, asosiasi industri, serta perusahaan global. Kolaborasi ini membuka akses pasar baru dan membantu desainer memahami regulasi internasional, serta menyediakan dukungan logistik dan distribusi (16).

Selain itu, Lacorre aktif dalam kampanye pemasaran internasional, memanfaatkan media sosial dan e-commerce untuk meningkatkan daya tarik produk fesyen Indonesia. Dengan bekerja sama dengan influencer dan selebriti internasional, Lacorre berhasil menarik perhatian konsumen global. Melalui strategi yang terkoordinasi dan efektif, Lacorre memastikan produk fesyen Indonesia dapat bersaing di pasar internasional, memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi negara. Lacorre juga berperan dalam memperkuat kerjasama antarnegara melalui diplomasi ekonomi, membantu meningkatkan perdagangan bilateral dan investasi internasional (17). Lacorre turut mendukung diplomasi budaya untuk meningkatkan citra Indonesia sebagai negara yang stabil dan berdaya guna di kancah internasional. Secara keseluruhan, Lacorre berperan sebagai mediator dalam meningkatkan ekspor fesyen Indonesia dan memperkuat posisi Indonesia di pasar global.

Lacorre memainkan peran krusial dalam mendukung UKM, terutama dalam sektor fesyen, dengan menyediakan layanan seperti pelatihan, pendampingan bisnis, dan akses ke jaringan distribusi yang lebih luas. Melalui program-program ini, Lacorre membantu UKM meningkatkan kapasitas produksi, kualitas produk, serta kemampuan pemasaran mereka. Sebagai mitra strategis, Lacorre juga mendapat manfaat dari diversifikasi portofolio produk dan peningkatan reputasi sebagai pendukung bisnis lokal. Kolaborasi ini menciptakan ekosistem bisnis yang lebih inklusif dan berkelanjutan, yang mendorong pertumbuhan ekonomi yang merata.

Salah satu produk unggulan UKM Indonesia adalah kain songke dari Manggarai, yang merupakan hasil karya pengrajin lokal dengan teknik tenun tradisional (18). Meskipun menghadapi

tantangan seperti akses pasar terbatas dan keterbatasan modal, kain songke memiliki potensi besar di pasar internasional berkat keunikan dan nilai budaya yang terkandung dalam motifnya. Lacorre memainkan peran penting dalam memperkenalkan kain songke ke pasar global, dengan meningkatkan kualitas produk, memperluas akses pasar, dan memfasilitasi ekspor melalui pameran dagang internasional serta platform *e-commerce*.

Lacorre juga membantu pengrajin lokal dalam pengembangan branding dan pemasaran yang efektif, menciptakan cerita merek yang menonjolkan nilai budaya kain songke. Selain itu, mereka menyediakan dukungan logistik dan memastikan bahwa produk memenuhi standar ekspor internasional. Dengan dukungan Lacorre, kain songke Manggarai telah berhasil meningkatkan ekspor dan daya saingnya di pasar global, memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi komunitas perajin di Manggarai dan memperkenalkan keindahan budaya Indonesia ke dunia (19).

### 3.3. Implementasi Teori

Liberalisme ekonomi, seperti yang diungkapkan oleh Adam Smith, menekankan kebebasan individu dalam kegiatan ekonomi dan pasar bebas sebagai mekanisme utama untuk mencapai kemakmuran (20). Smith berargumen bahwa intervensi minimal pemerintah memungkinkan pasar berfungsi secara efisien, dengan alokasi sumber daya yang optimal dan dorongan inovasi yang berkembang. Konsep "tangan tak terlihat" menunjukkan bagaimana tindakan individu yang mengejar kepentingan pribadi akan mengarah pada kesejahteraan bersama. Dalam konteks ini, UKM (Usaha Kecil dan Menengah) memiliki peran penting dalam perekonomian karena fleksibilitas dan inovasi mereka, serta kontribusinya terhadap lapangan kerja dan perdagangan internasional (21).

UKM, meskipun lebih kecil, memiliki potensi besar dalam ekspor karena kualitas dan keunikan produk mereka yang sering kali memiliki sentuhan lokal. Di pasar global yang semakin terbuka, UKM dapat memanfaatkan akses teknologi dan informasi untuk memperluas pasar mereka. Implementasi prinsip liberalisme ekonomi oleh Lacorre dalam mendukung ekspor fesyen UKM, seperti kain Songke Manggarai, dapat dilakukan melalui beberapa langkah strategis yang mendukung kebebasan ekonomi dan pasar bebas (22). Lacorre dapat membantu UKM Songke Manggarai dengan mengurangi hambatan regulasi, memberikan akses ke pasar global melalui platform *e-commerce*, serta mengembangkan branding dan strategi pemasaran internasional. Dukungan ini juga mencakup inovasi desain produk yang menggabungkan elemen tradisional dengan tren internasional, serta membangun kemitraan strategis dengan distributor global. Selain itu, Lacorre dapat menyediakan pelatihan dan dukungan teknis untuk meningkatkan kapasitas produksi UKM. Dengan mengikuti prinsip liberalisme ekonomi, Lacorre dapat membantu UKM Songke Manggarai mengatasi tantangan ekspor dan memperluas jangkauan mereka di pasar internasional, sehingga berkontribusi pada perekonomian global.

Sementara menurut Olivier Naray dan Michel Kostecki, diplomasi ekonomi adalah penggunaan alat-alat diplomatik untuk mencapai tujuan ekonomi nasional, termasuk promosi perdagangan, investasi, dan kerjasama ekonomi internasional (23). Diplomasi ekonomi melibatkan berbagai aktor, seperti pemerintah, diplomat, perusahaan, dan organisasi internasional, untuk membangun jaringan, mengatasi hambatan perdagangan, dan mempromosikan produk domestik di pasar global. Tujuan utamanya adalah memperkuat posisi ekonomi suatu negara dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui hubungan ekonomi internasional yang lebih baik.

Implementasi prinsip diplomasi ekonomi oleh Lacorre untuk mendukung ekspor fesyen UKM Songke Manggarai dapat dilakukan melalui beberapa langkah strategis. Lacorre dapat menyelenggarakan atau berpartisipasi dalam misi dagang internasional untuk mempromosikan

produk Songke, memberikan kesempatan bagi UKM untuk bertemu dengan calon pembeli dan mitra bisnis. Selain itu, Lacorre dapat membantu UKM mengikuti pameran dagang internasional dan forum bisnis, serta bekerja sama dengan pemerintah untuk negosiasi perjanjian dagang yang mendukung pengurangan hambatan ekspor dan perlindungan hak kekayaan intelektual.

Lacorre juga dapat memperkenalkan fesyen Songke sebagai bagian dari diplomasi kebudayaan Indonesia melalui acara budaya internasional. Selain itu, Lacorre dapat memfasilitasi jaringan internasional dan kemitraan untuk membuka akses ke pasar global, serta memberikan pelatihan dan dukungan teknis untuk meningkatkan kualitas dan manajemen bisnis UKM. Dengan dukungan diplomatik yang kuat dan promosi yang strategis, Lacorre dapat membantu UKM Songke Manggarai memperluas pasar, meningkatkan daya saing, dan mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

#### 4. KESIMPULAN

Sekolah Ekspor Lacorre bertujuan untuk mendukung ekspor produk fesyen Indonesia melalui berbagai inisiatif seperti pameran dagang, kerjasama internasional, pelatihan, dan diplomasi budaya. Sebagai lembaga yang fokus pada promosi aksesori dan kain tradisional Indonesia, Lacorre melaksanakan berbagai kegiatan untuk memperluas pasar global bagi produk fesyen Indonesia. Lacorre berperan penting dalam diplomasi ekonomi dengan mengadakan pameran dagang internasional, fashion show, dan kerjasama multilateral untuk meningkatkan akses pasar global. Selain itu, melalui pelatihan dan workshop, Lacorre membantu meningkatkan kualitas produk lokal sesuai dengan standar internasional. Penelitian dan inovasi yang dilakukan oleh Lacorre juga memperkuat daya saing produk. Dengan mempromosikan nilai-nilai budaya Indonesia, Lacorre mempererat hubungan antar negara dan menciptakan peluang kerjasama ekonomi yang lebih luas, yang pada akhirnya memperkuat citra Indonesia di kancah internasional.

#### DAFTAR PUSTAKA

- (1) Greatnusa. Greatnusa. 2022. Greatnusa, 'Pengertian Pasar Global Dan Dampaknya Pada Suatu Bisnis', Greatnusa, 2022. Tersedia Pada: <https://Greatnusa.Com/Artikel/Pengertian-Pasar-Global/>
- (2) Team Amarnya Blog. Amarnya. 2022. Pengertian Pasar Global: Ciri, Keuntungan, Dan Strateginya. Tersedia Pada: <https://Amarnya.Com/En/Blog/Work-Smart/Pengertian-Pasar-Global-Ciri-Keuntungan-Dan-Strateginya/>
- (3) Poems. Philip Security Indonesia. 2020. Alasan Mengapa Kita Perlu Mencoba Berinvestasi Di Pasar Global. Tersedia Pada: [https://Www.Poems.Co.Id/Htm/Freeducation/Lpnewsletter/V47/News04\\_Vol47\\_Globalmarket.Html](https://Www.Poems.Co.Id/Htm/Freeducation/Lpnewsletter/V47/News04_Vol47_Globalmarket.Html)
- (4) Kadin Indonesia. Kadinindonesia. 2023. Umkm Indonesia.
- (5) Mula El. Filosofi Motif-Motif Songket Kabupaten Manggarai. J Sains Dan Seni Its [Internet]. 2017;6(1):51–66. Tersedia Pada: <http://Repositorio.Unan.Edu.Ni/2986/1/5624.Pdf%0ahttp://Fiskal.Kemenkeu.Go.Id/Ejournal%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Cirp.2016.06.001%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Powtec.2016.12.055%0ahttps://Doi.Org/10.1016/J.Ijfatigue.2019.02.006%0ahttps://Doi.Org/10.1>
- (6) Rasyid Ar. Junglein. 2021. Wae Rebo: Preserving Cultural Heritage In The Heart Of Flores. Tersedia Pada: <https://Jungleinn-Bukitlawang.Com/Travel/Wae-Rebo-Preserving-Cultural-Heritage-In-The-Heart-Of-Flores/>

- (7) Supriatun, Pratiwi Nmi. Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Produk Ekspor Fashion Mahasiswa Program Studi Independen Vokasi Digital Ekspor Fesyen Lacorre. 2024;484(3):484–99. Tersedia Pada: [Http://Jurnal.Kolibli.Org/Index.Php/Neraca](http://jurnal.kolibli.org/index.php/neraca)
- (8) Az-Zahra Aa, Supriyono. Menjadi Eksportir Fashion Muda Indonesia Melalui Program Studi Independen Di Lacorre Becoming Young Indonesian Fashion Exporters Through The Independent Study Program At Lacorre Upn “ Veteran ” Jawa Timur , Surabaya , Indonesia Pendahuluan Perekonomian Me. J Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia. 2024;2(1).
- (9) Jackson R, Sorensen G. Pengantar Studi Hubungan Internasional. 2 Ed. Kamdani, Suryadiputra D, Editor. Yogyakarta: Pustaka Belajar; 1999. 234–238 Hal.
- (10) Pambudi Aa. Strategi Diplomasi Ekonomi Indonesia Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. J Din Glob. 2021;6(01).
- (11) Hutabarat Lf, Damayanti A. Diplomasi Ekonomi Indonesia Dalam Kerja Sama Selatan-Selatan. Intermestic J Int Stud [Internet]. 2023;7(2):428. Tersedia Pada: [Https://Intermestic.Unpad.Ac.Id/Index.Php/Intermestic/Article/View/483](https://intermestic.unpad.ac.id/index.php/intermestic/article/view/483)
- (12) Hidayah Fn. Goodstats. 2023. Merek Fesyen Lokal Yang Jadi Favorit Masyarakat Indonesia Versi Goodstats. Tersedia Pada: [Https://Data.Goodstats.Id/Statistic/Merek-Fesyen-Lokal-Yang-Jadi-Favorit-Masyarakat-Indonesia-Versi-Goodstats-Mavfg](https://data.goodstats.id/statistic/merek-fesyen-lokal-yang-jadi-favorit-masyarakat-indonesia-versi-goodstats-mavfg)
- (13) Natsir M. Emiten New. 2024. Data Menparekraf, Kontribusi Fesyen 17,6 Persen Dari Total Nilai Ekraf. Tersedia Pada: [Https://Www.Emitennews.Com/News/Data-Menparekraf-Kontribusi-Fesyen-176-Persen-Dari-Total-Nilai-Ekraf](https://www.emitennews.com/news/data-menparekraf-kontribusi-fesyen-176-persen-dari-total-nilai-ekraf)
- (14) Hati Ip. Hyperabis.Id. 2023. Merek Fesyen Lokal Kebut Strategi Demi Tembus Pasar Global. Tersedia Pada: [Https://Hypeabis.Id/Read/26816/Merek-Fesyen-Lokal-Kebut-Strategi-Demi-Tembus-Pasar-Global](https://hypeabis.id/read/26816/merek-fesyen-lokal-kebut-strategi-demi-tembus-pasar-global)
- (15) Kamila Ef. Peran Industri Halal Dalam Mengdongkrak Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Di Era New Normal.
- (16) Istiqha Ar, Purnomo D, Si M, Pembangunan E, Ekonomi F, Muhammadiyah U. Analisis Tren Pasar Dan Potensi Ekspor Produk Gelang Imitasi “Myjewellery.Id” Di Pasar Internasional. 2023;1–12.
- (17) Sahputri Ra, Ibrahim H. Peran Diplomasi Ekonomi Dalam Kebijakan Untuk Meningkatkan Kerjasama Bisnis Antarneegara. 2023;12:2604–8.
- (18) Muda K, Kriya K, Songke T, Haryatno Yr. Kaum Muda Dan Industri Kreatif Kriya Tenun “ Songke ” Manggarai-Flores, Ntt. 2024;22–9.
- (19) Markur M, Prodjo Wa. Kompas. 2022. Kisah Umkm Rana Tonjong, Eksis Produksi Kain Songke Manggarai Timur. Tersedia Pada: [Https://Umkm.Kompas.Com/Read/2022/10/05/100000683/Kisah-Umkm-Rana-Tonjong-Eksis-Produksi-Kain-Songke-Manggarai-Timur](https://umkm.kompas.com/read/2022/10/05/100000683/kisah-umkm-rana-tonjong-eksis-produksi-kain-songke-manggarai-timur)
- (20) Wepo. Teori Ekonomi Klasik Dan Liberalisme Ekonomi. Institut Agama Islam Lampung [Internet]. 2023; Tersedia Pada: [Https://An-Nur.Ac.Id/Esy/Teori-Ekonomi-Klasik-Dan-Liberalisme-Ekonomi.Html](https://an-nur.ac.id/esy/teori-ekonomi-klasik-dan-liberalisme-ekonomi.html)
- (21) F Rn. Gramediablog. 2022. Pengertian Ukm Dan Pengaruhnya Pada Ekspor Di Pasar Global. Tersedia Pada: [Https://Www.Gramedia.Com/Best-Seller/Pengertian-Ukm/](https://www.gramedia.com/best-seller/pengertian-ukm/)
- (22) Putra Js. Jejak Pemikiran Ekonomi Dunia : Determinisme Liberalisme Adam Smith. 2024;(February).

- (23) Kostecki M, Naray O. Commercial Diplomacy And International Business. Netherlands Inst Int Relations 'Clingendael' [Internet]. 2007;Vix–Xix. Tersedia Pada: <https://books.google.com/books?id=6eljjl8avhkc&pgis=1>