

PELUANG DAN TANTANGAN HUBUNGAN PERDAGANGAN TEKSTIL DAN MUSLIM WEAR INDONESIA - AMERIKA SERIKAT

Rofa Virgana¹, Daspar²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa

Email: rofavirgana05@gmail.com, daspar@pelitabangsa.ac.id

Abstrak

Artikel ini menganalisis dinamika hubungan perdagangan tekstil dan muslim wear antara Indonesia dan Amerika Serikat dengan berfokus pada peluang dan tantangan yang dihadapi. Tinjauan pustaka mengeksplorasi berbagai teori perdagangan internasional yang relevan, mulai dari teori keunggulan komparatif hingga teori rantai nilai global, sebagai kerangka untuk memahami hubungan perdagangan bilateral. Dalam aspek tantangan, penelitian ini mengidentifikasi persaingan global, keberadaan produk substitusi, kompleksitas regulasi dan standar mutu Amerika Serikat, serta keterbatasan dalam kesiapan industri domestik sebagai hambatan utama. Sementara itu, bagian peluang menyoroti keunggulan produk tekstil Indonesia yang didasarkan pada warisan budaya dan keahlian tradisional, tren permintaan muslim wear yang berkembang di pasar Amerika Serikat, serta nilai strategis hubungan bilateral kedua negara. Artikel ini juga membahas peran sinergi antara pemerintah dan industri dalam memfasilitasi dan mengoptimalkan hubungan perdagangan tersebut. Kesimpulannya, meskipun menghadapi berbagai tantangan, perdagangan tekstil dan muslim wear Indonesia-Amerika Serikat memiliki prospek pertumbuhan yang signifikan bila didukung oleh strategi yang tepat dan kolaborasi yang efektif antara semua pemangku kepentingan.

Kata Kunci: perdagangan internasional, muslim wear, bilateral.

Abstract

This article analyzes the dynamics of the textile and Muslim wear trade relationship between Indonesia and the United States by focusing on the opportunities and challenges faced. The literature review explores various relevant international trade theories, ranging from comparative advantage theory to global value chain theory, as a framework for understanding the bilateral trade relationship. In terms of challenges, the study identified global competition, the presence of substitute products, the complexity of US regulations and quality standards, and limitations in domestic industry readiness as key barriers. Meanwhile, the opportunities section highlights the advantages of Indonesian textile products based on cultural heritage and traditional craftsmanship, the growing trend of demand for Muslim wear in the US market, and the strategic value of bilateral relations between the two countries. The article also discusses the role of synergy between government and industry in facilitating and optimizing the trade relationship. In conclusion, despite facing various

Article history

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism checker no
886 Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i
2.359 Copyright :

author Publish by :
musytari



This work is licensed
under a [creative
commons attribution-
noncommercial
4.0 international
license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

<i>challenges, the Indonesia-United States textile and Muslim wear trade has significant growth prospects if supported by the right strategy and effective collaboration between all stakeholders.</i> Keywords: <i>international trade, muslim wear, bilateral.</i>	
--	--

PENDAHULUAN

Indonesia dan Amerika Serikat (AS) merupakan dua negara yang memiliki hubungan ekonomi yang cukup erat, khususnya dalam sektor perdagangan. Salah satu area perdagangan yang menjadi sorotan adalah industri tekstil dan produk tekstil (TPT), termasuk segmen muslim wear. Kedua negara saling bertukar barang dan jasa dalam sektor ini, memberikan manfaat ekonomi bagi masing-masing pihak.

Industri TPT Indonesia telah lama menjadi andalan ekspor negara ini, dengan kontribusi yang signifikan terhadap total ekspor nasional. Sementara itu, pasar AS menjadi salah satu tujuan utama ekspor TPT Indonesia. Hubungan perdagangan di sektor ini tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi, namun juga turut memperkuat ikatan kemitraan strategis antara kedua negara.

Dalam beberapa tahun terakhir, tren fashion muslim wear juga telah menjadi perhatian global, termasuk di pasar AS. Produk-produk muslim wear Indonesia dianggap memiliki keunggulan dalam hal kualitas, desain, dan kesesuaian dengan preferensi konsumen muslim di AS. Hal ini menjadikan segmen ini sebagai potensi besar bagi peningkatan perdagangan antara Indonesia dan AS.

Namun, di balik peluang yang ada, juga terdapat sejumlah tantangan yang perlu dihadapi oleh pelaku industri dan pemerintah kedua negara. Isu-isu seperti persaingan, kebijakan perdagangan, serta pemenuhan standar dan regulasi pasar AS menjadi faktor-faktor yang harus dipertimbangkan untuk memperkuat hubungan perdagangan TPT dan muslim wear antara Indonesia dan AS.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional telah menjadi fondasi utama dalam pembangunan ekonomi global selama berabad-abad (Amalia, 2024). Hubungan perdagangan tekstil dan pakaian muslim antara Indonesia dan Amerika Serikat tidak terlepas dari pengaruh berbagai teori perdagangan internasional yang telah berkembang sejak era klasik hingga kontemporer. Pemahaman mendalam tentang teori-teori ini menjadi krusial untuk menganalisis peluang dan tantangan yang dihadapi dalam perdagangan bilateral kedua negara tersebut.

Teori keunggulan absolut yang dikemukakan oleh Adam Smith pada abad ke-18 menyatakan bahwa suatu negara sebaiknya berspesialisasi pada produksi komoditas yang dapat dihasilkan dengan biaya lebih rendah dibandingkan negara lain. Dalam konteks industri tekstil dan pakaian muslim, Indonesia memiliki keunggulan absolut dalam hal ketersediaan tenaga kerja terampil dengan upah yang relatif kompetitif serta tradisi panjang dalam produksi tekstil berkualitas (Fitri et al., 2025). Keunggulan ini memungkinkan Indonesia untuk menghasilkan produk muslim wear dengan nilai tambah budaya dan keunikan desain yang sulit ditandingi oleh produsen Amerika Serikat.

Melengkapi pandangan Smith, teori keunggulan komparatif yang dikembangkan oleh David Ricardo menekankan bahwa meskipun suatu negara tidak memiliki keunggulan absolut dalam

memproduksi barang tertentu, perdagangan tetap menguntungkan jika negara tersebut memiliki keunggulan komparatif atau biaya oportunitas yang lebih rendah (Pelenkahu, 2017). Indonesia mungkin menghadapi tantangan dalam hal teknologi pemrosesan tekstil dibandingkan Amerika Serikat, namun keunggulan komparatifnya dalam produksi bahan baku seperti katun, sutra, dan serat alami lainnya, serta keahlian tradisional dalam batik dan teknik pencelupan alami memberikan nilai tambah yang signifikan bagi produk muslim wear Indonesia di pasar Amerika Serikat.

Teori Heckscher-Ohlin memperluas konsep keunggulan komparatif dengan mempertimbangkan faktor endowment atau ketersediaan faktor produksi di suatu negara. Teori ini menyatakan bahwa negara akan mengeksport produk yang menggunakan faktor produksi yang melimpah secara intensif. Indonesia, dengan populasi muslim terbesar di dunia dan kekayaan warisan budaya tekstil, memiliki modal sosial dan budaya yang melimpah untuk pengembangan industri muslim wear. Sementara itu, Amerika Serikat memiliki keunggulan dalam hal teknologi dan modal finansial. Perdagangan bilateral kedua negara dalam sektor ini mencerminkan perbedaan faktor endowment tersebut, di mana Indonesia mengeksport produk muslim wear yang kaya akan nilai budaya dan keahlian artisanal, sementara Amerika Serikat dapat menyediakan teknologi dan peralatan manufaktur tekstil canggih untuk Indonesia.

Teori siklus produk yang diperkenalkan oleh Raymond Vernon pada tahun 1966 juga memberikan perspektif penting dalam memahami dinamika perdagangan tekstil dan muslim wear Indonesia-Amerika Serikat. Teori ini menjelaskan bagaimana produk mengalami tahapan dari inovasi, pertumbuhan, kedewasaan, hingga standardisasi. Dalam konteks ini, muslim wear Indonesia yang pada awalnya diproduksi untuk pasar domestik kini telah memasuki fase pertumbuhan di pasar Amerika Serikat, didorong oleh meningkatnya kesadaran global akan keberagaman budaya dan tren modest fashion (Muhammad & Rasyidah, 2022). Seiring dengan makin dikenalnya produk ini di pasar Amerika Serikat, produsen Indonesia perlu terus berinovasi untuk mempertahankan daya saing dan menghindari komoditisasi produk mereka.

Teori perdagangan baru yang dikembangkan oleh Paul Krugman pada tahun 1980-an menambahkan dimensi ekonomi skala dan diferensiasi produk sebagai faktor penentu pola perdagangan (Saepudin, 2024). Teori ini menjelaskan mengapa negara-negara dengan struktur ekonomi serupa tetap berdagang satu sama lain. Dalam perdagangan tekstil dan muslim wear, Indonesia dan Amerika Serikat dapat sama-sama mendapatkan keuntungan melalui spesialisasi dalam berbagai segmen pasar. Indonesia dapat fokus pada muslim wear dengan karakteristik unik berbasis warisan budaya, sementara produsen Amerika mungkin unggul dalam aspek teknis seperti material inovatif atau desain fungsional. Diferensiasi semacam ini menciptakan ruang bagi kedua negara untuk mengembangkan niche market masing-masing (Ervani, 2013).

Michael Porter melalui teori keunggulan kompetitif nasional menekankan pentingnya kondisi faktor produksi, kondisi permintaan domestik, industri pendukung, dan strategi perusahaan dalam membentuk daya saing internasional. Industri muslim wear Indonesia memiliki keunggulan berupa permintaan domestik yang besar dan berkembang, didukung oleh industri hulu seperti pertanian kapas dan industri hilir seperti retail fashion. Namun, tantangan masih dihadapi dalam hal infrastruktur, akses finansial, dan kemampuan pemasaran global. Pemahaman terhadap dinamika diamond model Porter ini dapat membantu Indonesia mengidentifikasi area yang perlu diperkuat untuk meningkatkan daya saing muslim wear di pasar Amerika Serikat.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ulfa Hayyan Dini berjudul *"Diplomasi Budaya Indonesia Melalui Fashion Muslim di Amerika Serikat Periode 2015-2020"*, peneliti mengkaji bagaimana Indonesia memanfaatkan fashion muslim sebagai instrumen diplomasi budaya untuk memperkuat hubungan bilateral dengan Amerika Serikat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengandalkan data sekunder, pengalaman individu, nilai-nilai sosial, dan konteks sejarah untuk membangun pemahaman tentang strategi diplomasi budaya Indonesia (Dini, 2022).

Penelitian ini mengungkap bahwa salah satu motivasi utama di balik diplomasi budaya melalui fashion muslim adalah keinginan Indonesia untuk menjadi pusat fashion muslim dunia. Selain itu, upaya ini juga bertujuan untuk meningkatkan citra positif Indonesia di mata internasional dan menarik minat konsumen global terhadap produk fashion muslim Indonesia. Dengan demikian, fashion muslim tidak hanya berperan sebagai produk budaya, tetapi juga sebagai alat strategis dalam diplomasi budaya Indonesia (Lubis, 2019).

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami bagaimana sektor fashion muslim dapat digunakan sebagai alat diplomasi budaya untuk memperkuat hubungan internasional, khususnya antara Indonesia dan Amerika Serikat. Temuan ini relevan dengan topik hubungan perdagangan tekstil dan muslim wear antara kedua negara, karena menunjukkan bahwa aspek budaya dan diplomasi dapat memainkan peran signifikan dalam mendukung ekspor dan memperluas pasar produk fashion muslim Indonesia di Amerika Serikat.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (library research). Pendekatan ini dipilih karena dinilai paling sesuai untuk mengeksplorasi secara mendalam dinamika hubungan perdagangan antara Indonesia dan Amerika Serikat dalam sektor tekstil dan muslim wear, yang merupakan isu kompleks dan multidimensional. Dengan pendekatan ini, penulis tidak berfokus pada data statistik kuantitatif semata, melainkan lebih menekankan pada pemahaman makna, konteks, serta proses-proses sosial dan ekonomi yang menyertainya (Indonesia, 2010). Melalui metode ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang kaya dan komprehensif mengenai konteks perdagangan tekstil dan muslim wear, serta menawarkan perspektif baru yang tidak hanya terbatas pada angka dan tren, tetapi juga mencakup aspek kebijakan, budaya, dan hubungan bilateral secara lebih luas.

PEMBAHASAN

Peluang Perdagangan

Dalam lanskap perdagangan global yang terus berevolusi, peluang perdagangan tekstil dan muslim wear antara Indonesia dan Amerika Serikat menunjukkan potensi pertumbuhan yang signifikan. Keunggulan produk tekstil Indonesia telah terbangun selama berabad-abad melalui warisan budaya yang kaya dan keahlian tradisional yang diwariskan dari generasi ke generasi. Batik, sebagai warisan budaya tak benda yang diakui UNESCO, memiliki keunikan yang tidak dapat ditiru oleh produsen tekstil dari negara lain. Teknik pembuatan batik yang rumit, terutama batik tulis yang dikerjakan dengan tangan, menghasilkan tekstil dengan karakter yang dalam dan memiliki nilai artistik tinggi. Ketika diaplikasikan pada muslim wear, batik memberikan nilai tambah berupa identitas kultural yang kuat sekaligus keindahan visual yang diminati konsumen Amerika Serikat yang mencari keunikan dalam berbusana.

Selain batik, Indonesia juga memiliki keunggulan dalam produksi tekstil tradisional lainnya seperti songket, tenun ikat, dan lurik. Masing-masing jenis tekstil ini memiliki teknik pembuatan dan estetika tersendiri yang mencerminkan kekayaan budaya Nusantara. Pengrajin songket di

Sumatera, misalnya, telah mengembangkan keahlian dalam menganyam benang emas dan perak dengan benang sutra untuk menciptakan tekstil mewah dengan motif yang rumit. Sementara itu, tenunan ikat dari berbagai daerah di Indonesia, seperti Sumba dan Flores, dikenal dengan pola geometris dan simbolis yang khas, sering kali menggunakan pewarna alami yang ramah lingkungan. Keunikan tekstil-tekstil ini menawarkan diferensiasi produk yang signifikan di pasar Amerika Serikat yang jenuh dengan produk tekstil massal.

Keunggulan Indonesia juga terletak pada fleksibilitas dan kapasitas adaptasi produsennya. Dengan lebih dari 56.000 perusahaan tekstil dan garmen yang berkisar dari industri rumahan hingga pabrik skala besar, Indonesia memiliki ekosistem manufaktur yang mampu memenuhi berbagai segmen pasar (Sulistiani & Riani, 2024). Produsen dapat menyesuaikan volume produksi, spesifikasi desain, dan kisaran harga sesuai dengan kebutuhan pembeli Amerika Serikat yang beragam. Fleksibilitas ini memungkinkan pengembangan lini produk muslim wear yang disesuaikan dengan selera pasar Amerika Serikat tanpa mengorbankan akar budaya yang menjadi nilai tambah produk Indonesia. Kemampuan Indonesia dalam menghasilkan tekstil berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif juga menjadi keunggulan signifikan. Dibandingkan dengan negara-negara maju seperti Italia atau Jepang yang juga menghasilkan tekstil berkualitas premium, Indonesia mampu menawarkan nilai lebih baik dari segi harga. Sementara itu, dibandingkan dengan produsen biaya rendah seperti Bangladesh atau Vietnam, Indonesia menawarkan kualitas yang lebih konsisten dan nilai tambah budaya yang lebih kuat. Posisi ini menempatkan Indonesia pada sweet spot yang menarik bagi pembeli Amerika Serikat yang mencari keseimbangan optimal antara kualitas, keunikan, dan harga.

Tren permintaan muslim wear di pasar Amerika Serikat menunjukkan momentum yang kuat dan berkelanjutan. Pergeseran demografis telah membentuk lanskap pasar yang lebih beragam, dengan populasi muslim Amerika yang terus bertumbuh. Menurut Pew Research Center, jumlah muslim di Amerika Serikat diproyeksikan mencapai 8,1 juta pada tahun 2050, meningkat dari sekitar 3,45 juta pada tahun 2017. Pertumbuhan populasi ini secara langsung berkorelasi dengan peningkatan permintaan akan produk muslim wear yang memenuhi kebutuhan religius sekaligus mengikuti tren fashion kontemporer. Hal yang lebih signifikan lagi, muslim wear tidak lagi hanya diminati oleh konsumen muslim. Gerakan modest fashion telah berkembang menjadi fenomena global yang melampaui batasan agama, menarik konsumen dari berbagai latar belakang yang mencari opsi berbusana yang lebih tertutup dan elegan. Selebriti dan influencer seperti Halima Aden, Ibtihaj Muhammad, dan Yuna telah membantu memperkenalkan estetika modest fashion ke dalam arus utama fashion Amerika. Kecenderungan ini menciptakan pasar yang lebih luas bagi muslim wear Indonesia yang tidak hanya terbatas pada komunitas muslim Amerika.

Pergeseran nilai konsumen Amerika Serikat juga berkontribusi pada peningkatan permintaan muslim wear. Konsumen kontemporer semakin menghargai inklusivitas, otentisitas, dan keberagaman budaya. Mereka mencari produk yang memiliki cerita dan makna di baliknya, bukan sekadar item fashion fungsional. Muslim wear Indonesia, dengan kekayaan warisan budaya dan keahlian artisanal yang melekat padanya, menawarkan narasi yang kuat yang selaras dengan nilai-nilai konsumen tersebut. Kesadaran keberlanjutan yang semakin meningkat juga mendorong konsumen untuk beralih dari fast fashion ke produk yang lebih bertahan lama dan diproduksi dengan praktik yang lebih etis. Platform e-commerce dan media sosial telah memperluas jangkauan pemasaran muslim wear Indonesia ke konsumen Amerika Serikat. Marketplace global seperti Etsy, Amazon, dan eBay memungkinkan produsen Indonesia untuk menjual langsung ke konsumen Amerika tanpa harus mengandalkan perantara tradisional. Sementara itu, Instagram dan Pinterest telah menjadi platform penemuan visual yang kuat, memungkinkan desainer Indonesia untuk memamerkan kreasi mereka kepada audiens global. Visibilitas yang meningkat ini,

dikombinasikan dengan kemudahan transaksi lintas batas, menciptakan peluang penetrasi pasar yang belum pernah ada sebelumnya.

Nilai strategis hubungan bilateral Indonesia-Amerika Serikat juga memperkuat peluang perdagangan tekstil dan muslim wear. Hubungan diplomatik yang telah terjalin selama lebih dari 70 tahun telah menciptakan landasan yang solid untuk kerja sama ekonomi. Sebagai dua demokrasi terbesar di kawasan Asia Pasifik, Indonesia dan Amerika Serikat berbagi kepentingan dalam memajukan nilai-nilai pembangunan inklusif dan perdagangan yang adil. Kerangka kerja sama seperti U.S.-Indonesia Comprehensive Partnership dan Master Plan for ASEAN Connectivity memberikan platform untuk penguatan hubungan ekonomi bilateral, termasuk di sektor tekstil dan fashion. Komitmen kedua negara untuk memperdalam keterlibatan ekonomi tercermin dalam berbagai inisiatif fasilitasi perdagangan. Program seperti Generalized System of Preferences (GSP) memberikan akses bebas bea untuk berbagai produk Indonesia ke pasar Amerika Serikat, meningkatkan daya saing harga. Dialog bilateral reguler, seperti Trade and Investment Framework Agreement (TIFA), memfasilitasi diskusi tentang hambatan perdagangan dan peluang untuk meningkatkan arus perdagangan bilateral. Mekanisme ini menjadi saluran penting untuk mengatasi hambatan regulasi dan teknis yang mungkin menghambat ekspor muslim wear Indonesia ke Amerika Serikat (Zarkasyi, n.d.).

Nilai strategis lainnya terletak pada komplementaritas ekonomi kedua negara. Amerika Serikat, dengan pasar konsumen terbesar di dunia dan ekosistem ritel yang matang, menawarkan akses ke basis konsumen yang luas dan beragam. Sementara itu, Indonesia, dengan kekayaan budaya dan tradisi tekstil yang unik, menawarkan produk dengan nilai tambah yang tidak dapat diproduksi secara massal di Amerika Serikat. Komplementaritas ini menciptakan landasan yang kuat untuk hubungan perdagangan yang saling menguntungkan, di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi sesuai dengan keunggulan komparatifnya. Perdagangan tekstil dan muslim wear juga memiliki dimensi soft power yang penting dalam hubungan bilateral. Pertukaran budaya melalui fashion dapat memperdalam pemahaman antarbudaya dan membangun jembatan antara masyarakat kedua negara. Ketika muslim wear Indonesia semakin diterima dan diapresiasi di Amerika Serikat, citra Indonesia sebagai negara muslim moderat dengan tradisi tekstil yang kaya juga semakin diperkuat di mata publik Amerika. Dimensi soft power ini memberikan nilai tambah pada hubungan bilateral yang melampaui manfaat ekonomi langsung dari perdagangan. Kesiapan industri domestik dalam menghadapi peluang pasar Amerika Serikat menunjukkan perkembangan positif dalam beberapa tahun terakhir. Berbagai program pengembangan kapasitas, baik yang diinisiasi oleh pemerintah maupun swasta, telah meningkatkan kemampuan produsen Indonesia dalam memenuhi standar internasional. Indonesia Fashion Week, Jakarta Fashion Week, dan Muslim Fashion Festival telah menjadi platform penting untuk memperkenalkan desainer muslim wear Indonesia ke pembeli internasional, termasuk dari Amerika Serikat. Event-event ini tidak hanya berfungsi sebagai showcase bagi kreativitas desainer Indonesia, tetapi juga sebagai forum untuk membangun jaringan bisnis dan memahami tren pasar global (Gumilar, 2018).

Kolaborasi antara desainer Indonesia dan institusi pendidikan fashion internasional juga telah memperkaya perspektif desain muslim wear Indonesia. Program pertukaran dengan sekolah fashion di Amerika Serikat seperti Parsons School of Design dan Fashion Institute of Technology telah memperkenalkan pendekatan desain kontemporer yang dapat meningkatkan daya tarik muslim wear Indonesia di pasar Amerika. Kolaborasi ini menghasilkan desain yang memadukan estetika tradisional dengan sensibilitas modern, menciptakan produk yang berbicara kepada konsumen global tanpa kehilangan identitas kultural. Inovasi material dan teknik produksi juga menjadi fokus industri tekstil Indonesia. Pengembangan bahan ramah lingkungan seperti tekstil dari serat nanas dan daur ulang plastik menawarkan proposisi nilai yang semakin diminati

konsumen Amerika Serikat yang sadar lingkungan. Sementara itu, adaptasi teknologi digital dalam produksi tekstil tradisional, seperti penggunaan komputer untuk mengotomatisasi sebagian proses desain batik, memungkinkan peningkatan efisiensi produksi tanpa mengorbankan keunikan produk. Keseimbangan antara tradisi dan inovasi ini menjadi kekuatan kompetitif muslim wear Indonesia di pasar global.

Pengembangan ekosistem pendukung seperti pusat desain, laboratorium pengujian, dan pusat logistik juga memperkuat kesiapan industri. Pembangunan Pusat Pengembangan Kompetensi Industri Tekstil dan Produk Tekstil di beberapa kota seperti Bandung dan Solo menyediakan fasilitas untuk pelatihan, pengujian kualitas, dan pengembangan prototipe. Pusat-pusat ini membantu UKM tekstil untuk memenuhi standar kualitas internasional dan mengembangkan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar Amerika Serikat. Peningkatan infrastruktur logistik, termasuk pergudangan modern dan integrasi dengan platform e-commerce global, juga memfasilitasi ekspor muslim wear Indonesia ke Amerika Serikat.

Peluang perdagangan tekstil dan muslim wear Indonesia-Amerika Serikat juga diperkuat oleh kesadaran konsumen akan produk fashion etis dan berkelanjutan. Indonesia memiliki tradisi panjang dalam penggunaan pewarna alami dan teknik produksi yang ramah lingkungan (Sayekti & Mauleny, 2022). Batik dengan pewarna alami dari tumbuhan seperti indigo, kunyit, dan secang memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen Amerika Serikat yang semakin peduli dengan dampak lingkungan dari produk fashion mereka. Narasi keberlanjutan ini, dikombinasikan dengan nilai tambah budaya, menciptakan proposisi nilai yang kuat untuk muslim wear Indonesia di pasar Amerika Serikat.

Meskipun peluang-peluang ini menjanjikan, realisasinya akan bergantung pada kemampuan industri Indonesia untuk mengatasi tantangan yang ada dan mengadopsi pendekatan strategis yang holistik. Dibutuhkan kolaborasi yang erat antara pemerintah, asosiasi industri, institusi pendidikan, dan pelaku usaha untuk mengembangkan ekosistem yang mendukung pertumbuhan ekspor muslim wear Indonesia ke pasar Amerika Serikat. Dengan pendekatan yang tepat, peluang perdagangan ini dapat ditransformasi menjadi hubungan ekonomi yang berkelanjutan dan saling menguntungkan bagi kedua negara.

Tantangan Perdagangan

Perdagangan tekstil dan muslim wear antara Indonesia dan Amerika Serikat menghadapi berbagai tantangan kompleks yang saling terkait. Persaingan global dan keberadaan produk substitusi menjadi tantangan pertama yang harus dihadapi produsen Indonesia. Pasar muslim wear Amerika Serikat telah menjadi arena kompetisi yang semakin ketat dengan masuknya produk-produk dari berbagai negara seperti Bangladesh, Pakistan, Turki, dan Malaysia. Negara-negara ini tidak hanya menawarkan harga yang kompetitif, tetapi juga kualitas yang semakin meningkat. Bangladesh, misalnya, telah berhasil membangun reputasi sebagai produsen garmen dengan biaya rendah namun kualitas yang dapat diandalkan. Sementara itu, Turki menawarkan keunggulan dalam hal kedekatan geografis dengan pasar Eropa dan Amerika, serta desain yang lebih sesuai dengan selera Barat.

Produsen muslim wear Indonesia juga menghadapi tantangan dari produk substitusi seperti modest fashion dari merek-merek fast fashion global. Merek seperti H&M, Uniqlo, dan Zara telah meluncurkan lini modest fashion mereka yang menawarkan alternatif dengan harga lebih terjangkau dan distribusi yang lebih luas. Meskipun produk-produk ini mungkin tidak secara khusus ditujukan untuk konsumen muslim, desainnya yang tertutup dan modis telah menjadi pilihan bagi banyak konsumen muslim di Amerika Serikat. Kondisi ini menciptakan dilema bagi produsen

Indonesia yang harus memutuskan apakah akan bersaing di segmen pasar massal dengan margin keuntungan rendah atau mengembangkan niche market dengan nilai tambah yang lebih tinggi.

Transformasi digital dalam industri fashion juga menghadirkan tantangan tersendiri. Platform e-commerce global telah memudahkan konsumen Amerika Serikat mengakses produk dari seluruh dunia, menciptakan arena persaingan yang lebih luas. Para produsen muslim wear Indonesia sering kali kesulitan membangun kehadiran digital yang efektif di platform-platform tersebut karena keterbatasan pemahaman tentang pemasaran digital dan kerumitan logistik internasional. Ketika berhadapan dengan merek internasional yang telah mapan dengan infrastruktur digital yang canggih, produsen Indonesia seringkali tertinggal dalam hal visibilitas online dan pengalaman berbelanja digital yang mulus.

Tantangan regulasi dan standar mutu di Amerika Serikat menambah kompleksitas dalam hubungan perdagangan ini. Amerika Serikat menerapkan regulasi yang ketat terkait keamanan produk tekstil yang mencakup standar tahan api, kandungan bahan kimia, dan pelabelan. Undang-undang seperti Flammable Fabrics Act, Consumer Product Safety Improvement Act, dan Textile Fiber Products Identification Act menetapkan persyaratan yang wajib dipenuhi oleh semua produk tekstil yang dipasarkan di Amerika Serikat. Bagi banyak produsen muslim wear Indonesia, terutama usaha kecil dan menengah, memahami dan memenuhi regulasi ini merupakan tantangan signifikan yang membutuhkan investasi dalam sistem kendali mutu dan sertifikasi.

Standar keberlanjutan juga semakin menjadi perhatian di pasar Amerika Serikat. Konsumen Amerika semakin tertarik pada produk yang diproduksi secara etis dan ramah lingkungan. Sertifikasi seperti GOTS (Global Organic Textile Standard), Fair Trade, dan OEKO-TEX menjadi differensiator penting di pasar (Siagian et al., 2023). Namun, proses sertifikasi ini seringkali mahal dan kompleks bagi produsen Indonesia. Kesenjangan dalam pemahaman dan implementasi praktik berkelanjutan antara standar lokal Indonesia dan ekspektasi pasar Amerika Serikat menciptakan hambatan tambahan dalam penetrasi pasar.

Regulasi perdagangan Amerika Serikat juga mencakup aspek tarif dan kuota. Meskipun Indonesia menikmati fasilitas Generalized System of Preferences (GSP) yang memberikan akses bebas bea untuk beberapa kategori produk, tidak semua produk muslim wear tercakup dalam skema ini. Tarif untuk produk tekstil dan pakaian dapat mencapai 32% tergantung pada komposisi material dan klasifikasi produk. Navigasi dalam sistem tarif yang kompleks ini membutuhkan pemahaman mendalam tentang Harmonized Tariff Schedule of the United States, yang tidak selalu dimiliki oleh eksportir Indonesia. Isu kekayaan intelektual juga menjadi tantangan yang signifikan. Desain tradisional Indonesia seperti batik dan songket yang sering digunakan dalam muslim wear memiliki nilai budaya yang tinggi namun seringkali tidak dilindungi secara memadai oleh rezim kekayaan intelektual internasional. Kasus pembajakan dan peniruan motif tradisional Indonesia di pasar global menimbulkan kekhawatiran tentang eksploitasi warisan budaya dan kerugian ekonomi bagi komunitas pengrajin lokal.

Kesiapan industri domestik dalam menghadapi tantangan pasar Amerika Serikat menjadi faktor penentu dalam keberhasilan perdagangan muslim wear Indonesia. Industri tekstil dan muslim wear Indonesia masih menghadapi berbagai kendala struktural yang menghambat daya saingnya di pasar global. Infrastruktur produksi yang bervariasi dalam hal modernitas dan efisiensi menciptakan ketidakkonsistenan dalam kualitas dan kapasitas produksi. Industri hulu seperti pemintalan dan pertenunan masih bergantung pada impor bahan baku, yang berdampak pada biaya produksi dan waktu pengiriman (Soetjipto & Chandra, 2021). Keterbatasan akses terhadap teknologi produksi terkini juga menjadi tantangan signifikan. Sementara beberapa produsen besar telah mengadopsi teknologi manufaktur modern, banyak usaha kecil dan menengah masih beroperasi dengan peralatan konvensional yang membatasi produktivitas dan konsistensi mutu.

Kesenjangan teknologi ini menyulitkan produsen Indonesia untuk memenuhi standar kualitas dan volume yang diharapkan oleh pembeli Amerika Serikat yang terbiasa dengan tingkat presisi tinggi.

Ketersediaan tenaga kerja terampil menjadi isu krusial lainnya. Meskipun Indonesia memiliki tradisi kaya dalam kerajinan tekstil, terdapat kesenjangan dalam hal keterampilan teknis modern seperti penggunaan perangkat lunak desain, teknik pemotongan presisi, dan manajemen rantai pasok. Program pendidikan dan pelatihan vokasi belum sepenuhnya diselaraskan dengan kebutuhan industri, menciptakan kesenjangan keterampilan yang menghambat pengembangan kapasitas industri.

Akses pembiayaan juga menjadi tantangan bagi produsen muslim wear Indonesia, terutama UKM. Terbatasnya akses ke kredit dengan suku bunga yang terjangkau menghambat investasi dalam teknologi, pengembangan desain, dan ekspansi kapasitas produksi. Persyaratan jaminan yang ketat dan proses persetujuan kredit yang panjang sering kali menjadi penghalang bagi pertumbuhan bisnis. Keterbatasan pembiayaan ini juga berdampak pada kemampuan produsen untuk membiayai persediaan dalam jumlah besar yang dibutuhkan untuk mengamankan kontrak dari pembeli Amerika Serikat. Masalah koordinasi rantai pasok menciptakan inefisiensi yang mengurangi daya saing. Komunikasi yang tidak efektif antara pemasok bahan baku, produsen, dan distributor sering kali menyebabkan keterlambatan produksi dan pengiriman. Ketidakmampuan untuk secara konsisten memenuhi tenggat waktu pengiriman dapat merusak kepercayaan pembeli Amerika Serikat yang mengandalkan pengiriman tepat waktu untuk mengelola inventaris mereka secara efisien.

Kapasitas desain dan branding merupakan area lain yang membutuhkan peningkatan signifikan. Meskipun Indonesia memiliki warisan budaya yang kaya yang dapat menjadi sumber inspirasi desain, kemampuan untuk menerjemahkan aset budaya ini menjadi produk yang sesuai dengan selera pasar Amerika Serikat masih terbatas. Banyak produsen muslim wear Indonesia masih fokus pada aspek teknis produksi dan belum mengembangkan narasi brand yang kuat yang dapat menarik konsumen Amerika Serikat yang semakin mencari otentisitas dan cerita di balik produk yang mereka beli. Pemahaman yang terbatas tentang preferensi konsumen Amerika Serikat juga menghambat penetrasi pasar. Perbedaan dalam ukuran tubuh, preferensi gaya, dan harapan kenyamanan antara konsumen Indonesia dan Amerika Serikat sering diabaikan dalam pengembangan produk. Produsen Indonesia cenderung mengandalkan pengalaman mereka di pasar domestik tanpa melakukan penelitian pasar yang memadai di Amerika Serikat, menghasilkan produk yang mungkin tidak sepenuhnya memenuhi kebutuhan konsumen target.

Tantangan-tantangan ini menciptakan kompleksitas dalam hubungan perdagangan tekstil dan muslim wear Indonesia-Amerika Serikat. Namun, dengan pendekatan strategis yang memadukan inovasi, kolaborasi, dan kebijakan yang tepat, tantangan-tantangan ini dapat diubah menjadi peluang untuk memperkuat posisi Indonesia dalam rantai nilai global muslim wear. Diperlukan upaya bersama dari pemerintah, asosiasi industri, lembaga pendidikan, dan pelaku usaha untuk mengembangkan ekosistem yang mendukung pertumbuhan ekspor muslim wear Indonesia ke pasar Amerika Serikat yang menjanjikan namun menuntut.

Peran Pemerintah dan Industri

Kesuksesan perdagangan tekstil dan muslim wear Indonesia ke pasar Amerika Serikat tidak dapat dipisahkan dari peran krusial pemerintah dan pelaku industri. Pemerintah Indonesia, melalui Kementerian Perdagangan dan Kementerian Perindustrian, telah menunjukkan komitmen dalam memfasilitasi akses pasar melalui negosiasi perjanjian perdagangan bilateral dan penyediaan insentif ekspor. Upaya diplomasi ekonomi yang dilakukan mencakup dialog aktif dengan otoritas Amerika Serikat untuk mengurangi hambatan tarif dan non-tarif yang menghambat penetrasi

produk tekstil Indonesia. Pemerintah juga berperan dalam menyediakan informasi pasar yang akurat dan terkini, membantu produsen memahami preferensi konsumen Amerika dan regulasi yang berlaku di negara tujuan ekspor tersebut.

Di sisi regulasi domestik, pemerintah telah menyederhanakan prosedur ekspor melalui sistem Indonesia National Single Window dan memberikan insentif fiskal bagi industri tekstil yang berorientasi ekspor. Program peningkatan kapasitas seperti pelatihan standar internasional dan sertifikasi mutu diadakan secara berkala untuk mempersiapkan produsen menghadapi tuntutan pasar global. Pemerintah juga mendorong kolaborasi antara pelaku industri dengan lembaga penelitian dan perguruan tinggi untuk mengembangkan inovasi material dan desain yang meningkatkan daya saing produk muslim wear Indonesia.

Pelaku industri sendiri memainkan peran vital sebagai ujung tombak yang berhadapan langsung dengan pasar. Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API) dan Indonesia Fashion Chamber (IFC) berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan produsen dengan pembeli internasional melalui pameran dagang dan business matching. Perusahaan tekstil dan fashion besar telah menjadi pionir dalam menetapkan standar kualitas dan membangun reputasi produk Indonesia di pasar Amerika Serikat. Sementara itu, desainer muslim wear kontemporer seperti Dian Pelangi dan Itang Yunasz berperan dalam mengangkat citra muslim wear Indonesia ke panggung fashion global melalui inovasi desain yang memadukan warisan budaya dengan tren kontemporer.

Sinergi antara pemerintah dan industri terlihat dalam penyelenggaraan berbagai event promosi seperti Trade Expo Indonesia dan Muslim Fashion Festival yang secara konsisten menghadirkan pembeli dari Amerika Serikat. Kolaborasi ini juga mencakup pengembangan program sertifikasi halal fashion yang menjadi nilai tambah bagi produk muslim wear Indonesia di pasar internasional. Melalui kerja sama yang erat dan berkelanjutan antara pemerintah dan industri, potensi pasar muslim wear Amerika Serikat yang terus berkembang dapat dioptimalkan, membuka peluang pertumbuhan ekspor yang signifikan bagi Indonesia di tahun-tahun mendatang.

KESIMPULAN

Industri TPT dan muslim wear Indonesia telah menjadi salah satu pilar penting dalam hubungan perdagangan antara Indonesia dan Amerika Serikat. Sektor ini tidak hanya memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan bagi kedua negara, namun juga memperkuat ikatan kemitraan strategis yang telah terjalin selama ini.

Peluang besar terbuka bagi peningkatan perdagangan TPT dan muslim wear antara Indonesia dan AS. Keunggulan komparatif Indonesia dalam industri ini, didukung oleh pasar AS yang terus berkembang, khususnya untuk produk-produk muslim wear, menjadikan kerja sama di sektor ini semakin strategis. Namun, tantangan terkait persaingan, kebijakan, serta pemenuhan standar dan regulasi pasar juga harus dihadapi dengan baik oleh pelaku industri dan pemerintah kedua negara.

Dengan memperhatikan peluang dan tantangan yang ada, kerja sama ekonomi Indonesia-AS di sektor TPT dan muslim wear dapat ditingkatkan secara berkelanjutan. Hal ini tidak hanya akan membawa manfaat ekonomi bagi kedua negara, tetapi juga memperkuat hubungan kemitraan strategis yang telah terbangun selama ini. Upaya-upaya inovatif, kebijakan yang kondusif, serta sinergi antara pemerintah dan pelaku industri menjadi kunci untuk mewujudkan potensi besar yang dimiliki oleh sektor TPT dan muslim wear dalam hubungan perdagangan Indonesia-Amerika Serikat.

REFERENSI

- Amalia, S. N. (2024). Diplomasi Fesyen Indonesia Melalui Jakarta Fashion Week. *Global Insights Journal: Jurnal Mahasiswa Hubungan Internasional*, 1(1), 21-30.
- Dini, U. H. (2022). *Diplomasi Budaya Indonesia Melalui Fashion Muslim di Amerika Serikat Periode 2015-2020*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ervani, E. (2013). Export and import performance of Indonesia's agriculture sector. *JEJAK: Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan*, 6(1), 54-63.
- Fitri, D. S., Faozan, R. G., Nurkhasanah, S. N., & Noviarita, H. (2025). Pengaruh Pengembangan Sektor Industri Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia: Introduction, Research Method, Research Results And Discussion, Conclusion. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(1), 204-215.
- Gumilar, A. (2018). Analisis Bisnis Internasional Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah ADBIS (Administrasi Bisnis)*, 2(2), 141-154.
- Indonesia, S. (2010). *Indonesian Foreign Trade Statistics Export by SITC Code*. Statistics Indonesia.
- Lubis, A. I. F. (2019). Implementasi Model Pengembangan Industri Halal Fashion Di Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik (JEpa)*, 4(2), 9-19.
- Muhammad, D. S., & Rasyidah, R. (2022). Diplomasi Ekonomi Kreatif Indonesia-Turki Sub-Sektor Fashion Muslim Melalui Kerjasama IT-CEPA Tahun 2016-2020. *Global and Policy Journal of International Relations*, 10(2), 1-14.
- Pelenkahu, D. P. S. (2017). Peran Diplomasi Publik Dalam Memperkuat Hubungan Bilateral Indonesia-Amerika Serikat Pada Masa Pemerintahan Susilo Bambang Yudhoyono (2004-2014). *Global Insight Journal*, 1(2), 107-143.
- Saepudin, A. B. S. (2024). Dampak Fashion Halal terhadap Industri Tekstil Tradisional di Negara-Negara Mayoritas Muslim. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 35(1), 73-83.
- Sayekti, N. W., & Mauleny, A. T. (2022). *Kawasan Industri Halal: Upaya Menuju Indonesia Pusat Produsen Halal Dunia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Siagian, N. S. B., Sirait, N. A. G., Wardahlia, F., & Khazanah, K. (2023). Analisis pengaruh impor baju bekas terhadap pengusaha tekstil dalam negeri di Indonesia. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 2-9.
- Soetjipto, A., & Chandra, A. (2021). Fashion, Feminisme dan Hubungan Internasional: Perdebatan dalam Literatur. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 17(1), 17-29.
- Sulistiani, I., & Riani, L. P. (2024). *Analisis Permasalahan Perdagangan Internasional Terkait Konflik Dagang Amerika Serikat-Tiongkok Bagi Indonesia*.
- Zarkasyi, A. R. (n.d.). *Strategi Diplomasi Komersial Pemerintah Indonesia Dalam Meningkatkan Ekspor Tekstil Dan Produk Tekstil (Tpt) Ke Amerika Serikat Di Tengah Isu Perang Dagang Amerika Serikat*.

MUSYTARI

ISSN: 3025-9495

Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol 20 No 9 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359