

STRATEGI NEPAL MENINGKATKAN DAYA SAING CHYANGRA PASHMINA DI PASAR GLOBAL TAHUN 2016-2021

Oleh : Paperia Nadilla

Pembimbing: Ahmad Fuadi, S.IP., M.Si

Jurusan Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

Nepal is a landlocked country in the South Asian region that has abundant resources and beautiful scenery. One of the natural products that has the potential to become an export product is chyangra pashmina. This pashmina is made from the finest wool of the stomach and neck hair of the Himalayan goat which is commonly called chyangra. This goat fiber is claimed to be "Diamond Fiber" and "Soft Gold of High Asia" because it has very soft, light and smooth fibers so that Nepalese Pashmina is considered a luxury item. However, this success did not last long because India and China, which are Nepal's main competitors, flooded the market with pashmina which had low prices and quality. This makes the high quality Nepalese Pashmina lose its image. Seeing this situation, the government of Nepal took steps to restore Nepal's pashmina image and increase its competitiveness in the global market by making relevant policies through Nepal Trade Integration Strategy (NTIS) 2016.

In this qualitative research using data collection techniques that come from books, journals, theses, official documents, reports and websites that have relevance to research. This study also uses a mercantilism perspective with the level of nation-state analysis, as well as the theory of comparative advantage and the concept of national interest.

The results of this study indicate the strategy of the Nepalese government to increase the competitiveness of chyangra pashmina in the global market which can be grouped into 3 aspects, namely: 1) improving quality and market in line with the development of the chyangra pashmina trademark; 2) improving human resources through various training related to management and skills; 3) increasing facilities and cooperation with other parties through increasing the number of chyangra goat farms and entering into trade investment agreements.

Keywords: *Chyangra Pashmina, Comparative Advantage, Global Market, Strategy*

PENDAHULUAN

Perdagangan Internasional memiliki peran penting dalam studi Hubungan Internasional seiring dengan semakin pesatnya perkembangan perekonomian dunia. Untuk itu mengkaji isu perdagangan internasional seperti melihat strategi Nepal dalam meningkatkan daya saing *chyangra pashmina* di pasar global menjadi menarik untuk mengamati isu tersebut dalam implikasi teori-teori yang ada dalam perdagangan internasional.

Chyangra Pashmina adalah produk asli Nepal. Pashmina ini dihasilkan dari wol terbaik bulu bagian perut dan leher kambing Himalaya yang disebut *Capra Hircus* atau biasa disebut *chyangra*. Kambing ini hanya dapat diambil bulunya pada saat musim semi. Satu kambing *chyangra* hanya menghasilkan 3 ons serat wol per tahun. Angka ini 8 kali lipat lebih kecil dari jumlah yang diperlukan untuk membuat satu pashmina. Kelangkaan ini menyebabkan harga pashmina *chyangra* lebih tinggi dari produk pashmina lainnya. Serat bulu kambing *chyangra* juga diklaim sebagai “Diamond Fiber” dan “Soft Gold of High Asia” karena sangat lembut, ringan, dan halus.¹ Kelebihan ini menjadikan Nepal mampu bersaing di pasar global.

Seiring dengan kebijakan perdagangan Nepal yang

memasukkan produk Pashmina *chyangra* sebagai sektor strategis nasional yang menjadi prioritas ekspor tahun 2010 (*Nepal Trade Integration Strategy 2010*). Sejak NTIS 2010, industri Pashmina *Chyangra* mendapat dukungan penuh dari pemerintah. Namun untuk meningkatkan daya saingnya, pemerintah membarui NTIS 2010 menjadi NTIS 2016 yang berfokus pada pengidentifikasian tindakan untuk mengatasi kendala di sejumlah bidang lintas sektoral termasuk industri pashmina.²

Perubahan dalam dunia *fashion* menguntungkan produsen Tiongkok dan India karena telah melakukan investasi besar dalam memproduksi pakaian dalam jumlah besar dengan biaya yang rendah. Hal ini mengakibatkan penurunan harga terhadap pasar pakaian mewah. Tren industri ini dikenal dengan *fast fashion* yang menguntungkan Tiongkok dan India.³ Namun pada tahun 2021, popularitas *chyangra pashmina* semakin meningkat.

KERANGKA TEORI

Perspektif Merkantilisme

Perspektif Merkantilisme adalah pandangan dunia tentang elite politik yang berada di garis depan

¹ Nepal Trade Information Portal, “Pashmina” (2018), tersedia dari https://nepaltradeportal.gov.np/web/guest/major-commodity?p_p_id=commodityportlet_WAR_tepc&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&commodityportlet_WAR_tepc_param=getDetail&id=7; diakses 22 Juli 2022.

² Singha Durbar, “Nepal Trade Integration Strategy (NTIS) 2016, oecd.org, <https://www.oecd.org/aidfortrade/countryprofiles/dtis/Nepal-DTIS-2016.pdf> (diakses 29 Juli 2022).

³ Ben Chung, dkk, “Strategizing the International Competitiveness of The Nepalese Pashmina Industries”, switch-asia.eu, <https://www.switch-asia.eu/resource/strategizing-the-international-competitiveness-of-the-nepalese-pashmina-industries/> (diakses 20 Juli 2022).

pembangunan modern.⁴ Penganut perspektif ini berpandangan bahwa aktivitas ekonomi seharusnya tunduk pada tujuan utama pembangunan negara yang kuat. Merkantilis melihat perekonomian internasional bukan untuk bekerja sama dan saling menguntungkan, melainkan sebuah arena konflik bagi negara-negara yang memiliki kepentingan nasional.

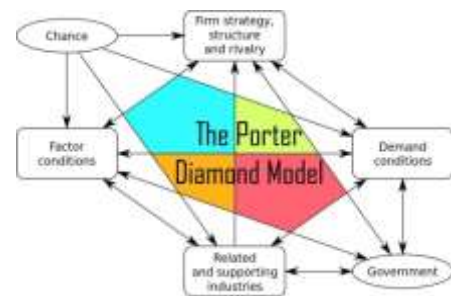
Merkantilisme tidak luput dari pandangan politisi dan ekonom terkenal. Salah satunya adalah Alexander Hamilton, seorang bapak pendiri Amerika Serikat yang mendukung merkantilisme dalam bentuk kebijakan-kebijakan proteksionis yang dapat memajukan industri domestik Amerika Serikat. Friedrich List, seorang ekonom Jerman juga mendukung pemikiran ini dengan mengembangkan teori 'kekuatan produksi' dan menekankan bahwa kemampuan memproduksi lebih penting daripada hasil produksi itu sendiri.⁵ Penganut merkantilis juga menekankan bahwa keberhasilan ekonomi selalu disertai dengan peran kekuasaan yang kuat dari suatu negara untuk memajukan pembangunan ekonominya.

Teori Keunggulan Komparatif

Teori Keunggulan Komparatif menyatakan bahwa sebuah negara harus memiliki spesifikasi keunggulan terhadap produk yang akan bersaing di pasar global. Keunggulan Komparatif menjadi penentu arah perdagangan, di mana komoditas akan bergerak

dari negara dengan keunggulan komparatif yang lebih tinggi ke negara dengan keunggulan komparatif yang relatif rendah.

Gambar 1. The porter Diamond Model



Sumber: Maximillian Claessens⁶

Michael E. Porter, seorang penteleri *comparative advantage* menekankan bahwa ada empat indikator yang harus dimiliki suatu negara untuk bersaing di pasar global diantaranya:

1. *Factor Conditions*, terdiri dari faktor-faktor produksi yang diperlukan untuk bersaing dalam industri tertentu seperti tenaga kerja terampil atau infrastruktur.
2. *Demand Conditions*, sifat permintaan pasar dalam negeri terhadap suatu produk atau jasa.
3. *Related and Supporting Industries*, ada atau tidak adanya industri pemasok sejenis yang berdaya saing internasional.
4. *Firm Strategy, Structure, and Rivalry* yaitu bagaimana perusahaan dibangun, diorganisir, dikelola, serta

⁴ Robert Jackson and Georg Sorensen, *Pengantar Studi Hubungan Internasional Teori dan Pendekatan*, edisi kelima (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 285.

⁵ *Ibid.*,

⁶ Maximilian Claessens, "The Porter Diamond Model-Analysis of National Competitiveness" (2016), tersedia dari <https://marketing-insider.eu/porter-diamond-model/>; diakses tanggal 11 Agustus 2022.

berkompetisi dalam perdagangan domestik.⁷

Konsep Kepentingan Nasional

Konsep kepentingan nasional adalah sebuah konsep yang digunakan dalam hubungan internasional dengan tujuan untuk mencapai suatu hal dalam bidang militer, ekonomi, ataupun budaya. Kepentingan nasional erat kaitannya dengan kekuatan negara sebagai tujuan ataupun instrumen, khususnya yang bersifat destruktif (*hard power*). Kekuatan ini merupakan suatu hal yang sangat penting bagi suatu negara untuk menguasai dunia internasional.⁸

Hans J. Morgenthau mengatakan bahwa kepentingan nasional adalah kemampuan minimum suatu negara untuk melindungi dan mempertahankan identitas fisik, politik, dan kultur dari gangguan negara lain.⁹ Morgenthau juga menciptakan konsep yang

terbagi kepada kekuasaan (*power*) dan kepentingan (*interest*) yang menjadi dasar suatu negara untuk mempertahankan kedaulatannya.

Tingkat Analisa Negara

Pada tingkat analisa, dijelaskan tentang perilaku negara yang ditentukan oleh faktor-faktor internal dari negara itu sendiri. Ketika menggunakan tingkat analisa negara, hal yang harus dipahami adalah tentang bagaimana berbagai aktor bertindak di dalam negaranya serta peran mereka dalam pengambilan kebijakan luar negeri.¹⁰

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dan metode deskriptif yang dilakukan dengan menjelaskan tentang fenomena yang terjadi di masa sekarang, kemudian disusun berdasarkan fakta-fakta dalam bentuk tulisan agar pembaca dapat dengan mudah memahaminya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisa dokumen (*document analysis*). Metode pengumpulan data dilakukan dengan riset dokumen analisis berupa studi kepustakaan dengan mempelajari informasi-informasi berupa data yang bersumber dari buku, jurnal, skripsi, laporan resmi, dan internet yang

⁷ Michael E. Porter, *The Competitive Advantage of Nations*, 1990, https://economie.ens.psl.eu/IMG/pdf/porter_1990_-_the_competitive_advantage_of_nations.pdf.

⁸ Arry Bainus dan Junita Budi Rachman, "Editorial: Kepentingan Nasional dalam Hubungan Internasional", *Intermestic: Journal of International Studies* Vol.2, No.2 (2018), <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiU7q3Mwaf-AhUfSmwGHfMDPkQFnoECAwQAQ&url=https%3A%2F%2Fintermestic.unpad.ac.id%2Findex.php%2Fintermestic%2Farticle%2Fdownload%2F74%2F34&usg=AOvVaw0X2vvr3bC7XkLhfkBSheOp>.

⁹ Siti Anisah, Peningkatan Kerjasama Pertahanan Indonesia dengan Australia pada Masa SBY tahun 2012, Unwahas, 14 April 2023, <https://eprints.unwahas.ac.id/778/2/BA-B%20%20I%20.pdf>.

¹⁰ Yessi Olivia, "Level Analisis Sistem dan Teori Hubungan Internasional", Vol. 5 No. 1 (2013), https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=level+analisis+sistem+dan+teori+hubungan+internasional&btnG=#d=g_s_qabs&t=1660281987076&u=%23p%3DHAqWkVxlq9AJ.

memiliki relevansi sesuai topik penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peluang Bisnis Pashmina di Pasar Global

Pashmina merupakan salah satu produk yang sangat menarik dan memiliki potensi pasar yang tinggi. Berdasarkan laporan dari *Grand View Research*, pasar pakaian muslim dunia akan meningkat secara signifikan pada tahun 2016-2025.¹¹ Hal ini didukung dengan beberapa faktor diantaranya, terjadinya peningkatan jumlah penduduk muslim di seluruh dunia, berkembang pesatnya teknologi dan digitalisasi, serta meningkatnya kesadaran terhadap produk-produk halal.

Potensi Nepal untuk investasi dan perdagangan terus meningkat selama bertahun-tahun. Sumber daya alam yang melimpah, geografis yang beragam, serta angkatan kerja muda menjadikannya tujuan yang menarik untuk tempat berinvestasi. Pertumbuhan populasi kelas menengah Nepal dan lokasi yang strategis (berada di antara India dan Tiongkok) dapat memberikan investor akses ke pasar domestik yang besar dan akses pasar preferensial ke negara tetangga.¹²

Upaya untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan berfokus pada

beberapa proyek diantaranya, proyek *Nepal Pashmina Enhancement and Trade Support (PETS)*, strategi sektor kopi yang baru diluncurkan, serta rekomendasi dari survei ukuran non-tarif Nepal. Proyek-proyek ini dikembangkan dengan bantuan ITC dan bekerjasama dengan pemerintah Nepal dan beberapa lembaga pendukung lainnya.¹³

Untuk meningkatkan daya saing ekspor pada sektor pashmina, Nepal menjalankan sebuah strategi yang dikenal dengan nama *Sector and Enterprise Competitiveness (SEC)*. Strategi ini membahas tiga komponen secara inklusif dan terintegrasi, diantaranya:

1. Mendukung pengembangan strategi dan rencana aksi perdagangan *chyangra pashmina*.
2. Memperkuat koperasi petani kambing Upper Mustang untuk mendukung petani secara efektif dalam mengembangkan keterampilannya (pengumpulan dan pengolahan serat) agar dapat memperoleh penghasilan tambahan dari serat yang mereka hasilkan.
3. Meningkatkan daya saing *chyangra pashmina* di pasar internasional melalui dukungan pengembangan kapasitas di tingkat

¹¹ Diakses dari <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/islamic-clothing-market> (4 Mei 2023).

¹² European Economic Chamber Nepal, "European Union-Nepal Business Forum", Eunepalbusinessforum.com, <https://eunepalbusinessforum.com/> (Diakses 26 Mei 2023).

¹³ International Trade Centre, "EU-Nepal Trade and Investment Programme (TIP)", Intracen.org, <https://intracen.org/media/file/10267> (Diakses 25 Mei 2023).

kelembagaan dan perusahaan.¹⁴

Kompetitor Eksportir Pashmina Nepal di Pasar Global

Kompetitor utama pashmina Nepal di pasar global adalah India dan Tiongkok, yang mana kedua negara ini berbatasan langsung dengan Nepal. India merupakan produsen pashmina terbesar di dunia dengan produksi sekitar 2.000 ton per tahun.¹⁵ Sedangkan Tiongkok berhasil mengekspor sekitar \$5,7 juta pashmina di pasar global.¹⁶ Angka ini cukup besar sehingga Nepal juga harus meningkatkan kualitas produknya agar dapat bersaing di pasar global.

Salah satu alasan terjadinya persaingan ini adalah karena Nepal terletak diantara dua negara besar tersebut sehingga mereka menganggap bahwa Nepal merupakan lokasi yang strategis untuk keamanan, investasi dan perdagangan. Hal ini menyebabkan Tiongkok dan India bersaing untuk dapat memonopoli pasar Nepal.¹⁷

¹⁴ International Trade Centre, "Supporting the Export Competitiveness of the Pashmina Sector", Intracen.org, <https://intracen.org/media/file/10274> (Diakses 23 Juni 2023).

¹⁵ Diakses dari https://oec.world/en/visualize/tree_map/hs92/import/show/all/6104/2019 (4 Mei 2023).

¹⁶ Diakses dari <https://comtrade.un.org/> (4 Mei 2023).

¹⁷ Devraj Roka Kalyan, China-India Economic Cooperation to Nepal and Trade Rivalry: A Study from Political Economic Perspectives, Researchgate.net, 28 Mei 2023, https://www.researchgate.net/publication/305531359_China-India_Economic_Cooperation_to_Nepal_and_Trade_Rivalry_A_Study_from_Political_Economic_Perspectives.

Keunggulan Komparatif Chyangra Pashmina

Dalam teori perdagangan internasional, keunggulan komparatif memegang peranan penting yang akan menjadi penentu arah perdagangan. Teori ini menyatakan bahwa sebuah negara harus memiliki spesifikasi keunggulan terhadap produk yang akan bersaing di pasar global dnegan beberapa aspek yang harus dipenuhi. Beberapa aspek tersebut diantaranya adalah:

1. *Factor Conditions*, yaitu faktor produksi yang terdiri dari faktor basis dan faktor unggul. Faktor basis yang dimaksud berupa sumber daya alam yang indah, iklim yang berbeda, hingga flora dan fauna yang beragam. Faktor unggul yang harus dimiliki untuk dapat bersaing di pasar global adalah infrastruktur yang memadai, tenaga kerja yang kompeten termasuk penggunaan merek dagang yang mencerminkan kualitas dari sebuah produk.
2. *Demand Conditions*, adalah sifat permintaan pasar dalam negeri terhadap suatu produk dan jasa. Perusahaan yang kompetitif harus memiliki berbagai cara untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan masyarakat saat ini. Keahlian dalam memprediksi keinginan konsumen juga sangat dibutuhkan dalam meningkatkan daya saing suatu produk.

¹⁸ Trade Rivalry A Study from Political Economic Perspectives.

3. *Related and Supporting Industries*, yaitu mengukur ada atau tidak adanya industri pemasok sejenis yang berdaya saing internasional. Sebuah perusahaan biasanya kurang terintegrasi secara penuh mulai dari bahan baku hingga distribusi terakhir, sehingga perusahaan membutuhkan industri lain untuk mendukung kelancaran aktivitasnya dengan memasok input berkualitas tinggi dan menjaga kualitas output suatu barang.¹⁸
4. *Firm Strategy, Structure, and Rivalry*, adalah bagaimana perusahaan dibangun, dikelola, serta berkompetisi dalam perdagangan domestik. Persaingan yang ketat di pasar domestik memaksa perusahaan untuk meminimalisir biaya produksi dan meningkatkan kualitas produk agar dapat menjadi unggul ketika memasuki pasar internasional. Struktur dan strategi suatu perusahaan yang bervariasi juga dapat berdampak pada daya saing perusahaan dan industri.¹⁹

Strategi Pemerintah Nepal Meningkatkan Daya Saing Chyangra Pashmina di Pasar Global

Nepal Trade Integration Strategy 2010 (NTIS 2010)

NTIS 2010 adalah sebuah strategi integrasi perdagangan

generasi kedua Nepal, yang merupakan tindak lanjut dari *Nepal Trade and Competitiveness Study 2004* (NTCS 2004). Strategi ini dikembangkan karena terjadinya perubahan substansial dalam rezim perdagangan internasional dan Nepal sedang menghadapi tantangan baru untuk merampingkan praktik perdagangannya. Tujuan NTIS 2010 diantaranya:

1. Memperkuat negosiasi perdagangan (khususnya bilateral).
2. Memperkuat kapasitas teknis hambatan non-tarif domestik (NTB) dan lembaga pendukung bisnis lainnya.
3. Memperkuat kapasitas ekspor barang dan jasa potensial ekspor yang inklusif.
4. Memperkuat kapasitas pemerintah untuk mengoordinasikan dan mengelola Bantuan Teknis Terkait Perdagangan (TRTA) dan Bantuan untuk Perdagangan (Aft) serta untuk mengimplementasikan NTIS.²⁰

Masing-masing sektor mendapat tindakan khusus dari pemerintah Nepal guna meningkatkan daya saing produk prioritas ekspor di pasar internasional, termasuk produk *chyangra pashmina*. Untuk menciptakan daya saing yang kompetitif, pemerintah Nepal memfokuskan tindakan kepada

¹⁸ Ratya Anindita dan Michael R. Reed, *Bisnis dan Perdagangan Internasional*, 2008, (Yogyakarta: Penerbit ANDI).

¹⁹ *Ibid.*,

²⁰ Singha Durbar, "Nepal Trade Integration Strategy 2010: Executive Summary and Action Matrix", Eifnepal.gov.np, <http://eifnepal.gov.np/publication/f51e0NTIS%202010%20exe%20sum%20160610.pdf> (Diakses 15 Desember 2022).

produk, teknologi, dan akses pasar. Akses pasar bilateral dengan India dan Tiongkok juga menjadi perhatian khusus karena kedua pasar ini merupakan kompetitor utama Nepal.

Nepal Trade Integration Strategy 2016 (NTIS 2016)

NTIS 2016 adalah strategi integrasi perdagangan generasi ketiga Nepal, merupakan pembaruan dari NTIS 2010. NTIS 2016 fokus pada pengidentifikasian tindakan untuk mengatasi kendala di sejumlah bidang lintas sektoral, termasuk di dalamnya industri *chyangra pashmina*. Tujuan dari NTIS 2016 diantaranya adalah:

1. Memperkuat lingkungan yang mendukung perdagangan dan ekspor.
2. Fokus pada pengembangan produk dan memperkuat kapasitas pasokan produk prioritas.
3. Memperkuat kapasitas kelembagaan, negosiasi perdagangan dan koordinasi antar lembaga.
4. Membangun dan meningkatkan infrastruktur terkait perdagangan.²¹ Tujuan ini diterapkan dengan 19 hasil strategis yang dijadikan pedoman dalam implementasinya.

Agar pelaksanaannya efektif, setiap kebijakan NTIS memiliki analisis SWOT sesuai dengan kebutuhan masing-masing produk prioritas ekspor yang berguna untuk evaluasi pelaksanaan pemasaran produk ke depannya. Untuk mengawasi implementasi NTIS

2016, pemerintah Nepal melalui Kementerian Perdagangan berkoordinasi dan bekerjasama dengan 14 lembaga lainnya membentuk komite yang dikenal dengan *The EIF National Steering Committee* (EIFNSC).²² Komite ini bergabung membentuk kebijakan yang berfokus pada produk prioritas ekspor Nepal khususnya *chyangra pashmina*.

National Pashmina Sector Export Strategy (SES)

National Pashmina SES adalah sebuah strategi yang berfokus pada pengembangan ekspor pashmina. Strategi ini dikembangkan oleh pemerintah Nepal di bawah naungan MOICS dengan bantuan teknis dari ITC terkait Perdagangan dan Investasi Nepal bersama Uni Eropa melalui program *EU-Nepal Trade and Investment Programme* (TIP).

Program TIP dilaksanakan selama 4 tahun yang didanai oleh Uni Eropa dengan tujuan membantu pemerintah Nepal mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif serta pengentasan kemiskinan dengan cara meningkatkan perdagangan dan partisipasi di tingkat regional dan rantai nilai global. Proyek ini selaras dengan prioritas rencana periodik ke-15 Nepal yang terangkum dalam NTIS 2016 dan sejalan dengan *EU's Multiannual Indicative Programme* (MIP) 2014-2020 untuk Nepal.²³

²² *Ibid.*,

²³ Ministry of Industry, Commerce and Supplies Government of Nepal, "National Pashmina Sector Export Strategy", Nepaltradeportal.gov.np, <https://nepaltradeportal.gov.np/resources/doc>

²¹ Singha Durbar, Loc Cit.

Untuk mempertahankan daya tarik *chyangra pashmina*, pemerintah Nepal melalui strategi ini akan memperkuat pengembangan standar kualitas yang ketat dengan melakukan peninjauan kembali terhadap segala kebutuhan yang diperlukan dalam produksi. Strategi pashmina SES fokus pada beberapa komponen utama diantaranya:

1. Meningkatkan produksi serat *chyangra* secara keseluruhan di dalam negeri untuk keaslian dan keberlanjutan yang lebih baik.
2. Meningkatkan volume produksi dan menetapkan standar kualitas di seluruh industri serta memantau pencapaiannya untuk akses pasar yang lebih baik dan pendapatan perusahaan yang lebih tinggi.
3. Menetapkan ketertelusuran di sepanjang rantai nilai yang dapat dilacak dan diekspor untuk pertumbuhan sektor di masa depan.
4. Melakukan pengembangan kapasitas produksi pakaian rajutan untuk diversifikasi produk dan akses ke pasar baru.
5. Melakukan pengembangan kapasitas desain lokal untuk menarik minat pembeli internasional dan mengembangkan posisi yang unik.²⁴

[s/upload_00005712_Nepal-Pashmina%20\(short\)%20NSES%204_web.pdf](s/upload_00005712_Nepal-Pashmina%20(short)%20NSES%204_web.pdf) (Diakses 9 Juni 2023).

²⁴ *Ibid.*,

SIMPULAN

Meskipun tergolong sebagai negara yang terbelakang, Nepal telah membuktikan kemampuannya untuk meningkatkan daya saing produk prioritas ekspornya di pasar global terutama produk pashmina. Sektor pashmina Nepal memiliki keunggulan dibanding pashmina lainnya karena terbuat dari serat kambing terbaik di dunia. Namun dengan keterbatasan fasilitas yang dimiliki menyebabkan sulitnya diversifikasi produk. Hal ini mendorong pemerintah Nepal untuk meningkatkan daya saing *chyangra pashmina* karena produk ini berpotensi dapat berkembang di pasar global.

Berdasarkan teori keunggulan komparatif yang digunakan, strategi yang dilakukan Nepal untuk meningkatkan daya saing *chyangra pashmina* dapat dilihat dari empat komponen yaitu *factor conditions*, *demand conditions*, *related and supporting industries*, *firm strategy, structure and rivalry*. Komponen ini nantinya akan dijadikan sebagai acuan bagi pemerintah Nepal untuk membuat sebuah kebijakan agar ekspor sektor pashmina dapat meningkat di pasar global.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, Ratya dan Michael R. Reed. *Bisnis dan Perdagangan International*. 2008. (Yogyakarta: Penerbit ANDI).
- Anisah, Siti. Peningkatan Kerjasama Pertahanan Indonesia dengan Australia pada Masa SBY tahun 2012. Unwahas. 14 April 2023. <https://eprints.unwahas.ac.id/778/2/BAB%20%20I%20.pdf>.

- Bainus, Arry dan Junita Budi Rachman. "Editorial: Kepentingan Nasional dalam Hubungan Internasional". *Intermestic: Journal of International Studies* Vol.2, No.2 (2018). <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiU7q3Mwaf-AhUfSmwGHfMDPkQFnoECAwQAQ&url=https%3A%2F%2Fintermestic.unpad.ac.id%2Findex.php%2Fintermestic%2Farticle%2Fdownload%2F74%2F34&usg=AOvVaw0X2vxr3bC7XkLhfkBSheOp>.
- Chung, Ben, dkk. "Strategizing the International Competitiveness of The Nepalese Pashmina Industries". Switch-asia.eu. <https://www.switch-asia.eu/resource/strategizing-the-international-competitiveness-of-the-nepalese-pashmina-industries/> (diakses 20 Juli 2022).
- Claessens, Maximilian. "The Porter Diamond Model-Analysis of National Competitiveness" (2016). tersedia dari <https://marketing-insider.eu/porter-diamond-model/>. Diakses tanggal 11 Agustus 2022.
- Durbar, Singha. "Nepal Trade Integration Strategy (NTIS) 2016. Oecd.org. <https://www.oecd.org/aidfortrade/countryprofiles/dtis/Nepal-DTIS-2016.pdf> (diakses 29 Juli 2022).
- Durbar, Singha. "Nepal Trade Integration Strategy 2010: Executive Summary and Action Matrix". Eifnepal.gov.np. <http://eifnepal.gov.np/publication/f51e0NTIS%202010%20exe%20sum%20160610.pdf> (Diakses 15 Desember 2022).
- European Economic Chamber Nepal. "European Union-Nepal Business Forum". Eunepalbusinessforum.com. <https://eunepalbusinessforum.com/> (Diakses 26 Mei 2023).
- <https://comtrade.un.org/> (4 Mei 2023).
- https://oec.world/en/visualize/tree_map/hs92/import/show/all/6104/2019 (4 Mei 2023).
- <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/islamic-clothing-market> (4 Mei 2023).
- International Trade Centre. "EU-Nepal Trade and Investment Programme (TIP)". Intracen.org. <https://intracen.org/media/file/10267> (Diakses 25 Mei 2023).
- International Trade Centre. "Supporting the Export Competitiveness of the Pashmina Sector". Intracen.org. <https://intracen.org/media/file/10274> (Diakses 23 Juni 2023).
- Jackson, Robert and Georg Sorensen. *Pengantar Studi Hubungan Internasional Teori dan Pendekatan*. Edisi kelima (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 285.
- Kalyan, Devraj Roka. *China-India Economic Cooperation to Nepal and Trade Rivalry: A Study from Political Economic Perspectives*. Researchgate.net. 28 Mei 2023. https://www.researchgate.net/publication/305531359_China-India_Economic_Cooperation_to_Nepal_and_Trade_Rivalry_A

Study from Political Economic Perspectives.

Ministry of Industry, Commerce and Supplies Government of Nepal. “National Pashmina Sector Export Strategy”.

Nepaltradeportal.gov.np.

https://nepaltradeportal.gov.np/resources/docs/upload_00005712

Nepal-Pashmina%20(short)%20NSES%204_web.pdf (Diakses 9 Juni 2023).

Nepal Trade Information Portal.

“Pashmina” (2018). tersedia dari

[https://nepaltradeportal.gov.np/web/guest/major-](https://nepaltradeportal.gov.np/web/guest/major-commodity?p_p_id=commodityportlet_WAR_tepc&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&commodityportlet_WAR_tepc_param=getDetail&id=7)

[commodity?p_p_id=commodityportlet_WAR_tepc&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p](https://nepaltradeportal.gov.np/web/guest/major-commodity?p_p_id=commodityportlet_WAR_tepc&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&commodityportlet_WAR_tepc_param=getDetail&id=7)

[mode=view&commodityportlet_WAR_tepc_param=getDetail&i](https://nepaltradeportal.gov.np/web/guest/major-commodity?p_p_id=commodityportlet_WAR_tepc&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&commodityportlet_WAR_tepc_param=getDetail&id=7)

[d=7](https://nepaltradeportal.gov.np/web/guest/major-commodity?p_p_id=commodityportlet_WAR_tepc&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&commodityportlet_WAR_tepc_param=getDetail&id=7). Diakses 22 Juli 2022.

Olivia, Yessi. “Level Analisis Sistem dan Teori Hubungan Internasional”. Vol. 5 No. 1 (2013).

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=level+analisis+sistem+dan+teori+hubungan+internasional&btnG=#d=gs_qabs&t=1660281987076&u=%23p%3DHAqWkVxlq9AJ.

Porter, Michael E. *The Competitive Advantage of Nations*. 1990.

[https://economie.ens.psl.eu/IMG/pdf/porter_1990_-](https://economie.ens.psl.eu/IMG/pdf/porter_1990_-the_competitive_advantage_of_nations.pdf)

[the_competitive_advantage_of_nations.pdf](https://economie.ens.psl.eu/IMG/pdf/porter_1990_-the_competitive_advantage_of_nations.pdf).