

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Ketidaksetaraan potensi sumber daya alam dan kesempatan pengolahan di berbagai negara yang membutuhkan sumber daya alam bagi keberlangsungan kehidupan membuat ekspor dan impor sangat diperlukan untuk memenuhi kebutuhan akan sumber daya alam (Nopirin, 2011). Mayoritas negara mengandalkan ekspor impor migas serta non migas sebagai salah satu penunjang pertumbuhan ekonomi serta mempererat hubungan bilateral antar negara, termasuk Indonesia. Sejak tahun 1980-an, pola ekspor Indonesia yang semula berfokus pada komoditas migas mulai beralih ke komoditas non migas karena penurunan drastis harga minyak hingga mencapai titik terendah pada periode tersebut. Dalam menghadapi situasi ini, pemerintah mengimplementasikan serangkaian kebijakan di sektor ekspor, yang meliputi penghapusan pajak ekspor untuk berbagai jenis komoditas. Deregulasi ini memungkinkan para produsen untuk meningkatkan volume ekspor komoditas non migas, sehingga komoditas tersebut menjadi dominan dalam ekspor Indonesia (Razak & Jaya, 2014).

Sebagai negara berkembang, Indonesia selalu terbuka terhadap adanya hubungan luar negeri, yang meliputi hubungan bilateral, regional, dan multilateral. Dalam meningkatkan perekonomiannya, Indonesia telah menjalin hubungan kerjasama dengan berbagai negara. Seiring dengan berkembangnya perdagangan global, Indonesia tidak lagi hanya terpaku pada ekspor ke pasar tradisional atau negara mitra dagang utama yang selama ini dituju. Indonesia perlahan mulai

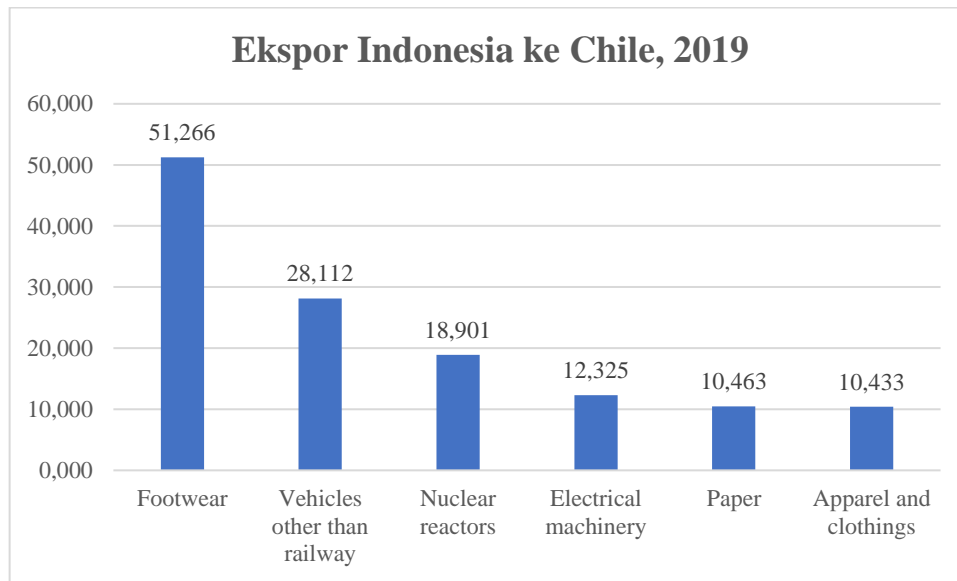
memperluas sayapnya menuju pasar non tradisional, yang berpotensi besar untuk pengembangan ekspor jangka panjang. Wilayah yang dijadikan sebagai target pasar non tradisional merupakan wilayah yang sebelumnya telah bermitra dengan Indonesia, akan tetapi belum diprioritaskan menjadi wilayah pengembangan ekspor Indonesia. Wilayah tersebut diantaranya adalah Afrika, Asia Tengah, Timur Tengah, Pasifik, dan Amerika Latin (Marhamah, n.d.).

Chile merupakan salah satu pasar non tradisional di kawasan Amerika Latin yang berpotensi untuk Indonesia. Hubungan bilateral Indonesia dan Chile yang berfokus pada peningkatan transaksi perdagangan, peningkatan investasi, dan sektor pariwisata ini telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini menunjukkan keseriusan kedua negara tersebut untuk memajukan kerjasama di berbagai kepentingan bilateral dan regional, mengingat pentingnya masing-masing negara di kawasan Asia Tenggara dan Amerika Latin. Selain itu, dengan terjalinnya hubungan bilateral antara Indonesia dan Chile mampu menghubungkan kedua negara tersebut dengan negara-negara lain, dimana Indonesia dapat menjadi penghubung Chile dengan negara kawasan Asia Tenggara sedangkan Chile dapat menjadi penghubung Indonesia dengan negara kawasan Amerika Latin.

Chile dikenal sebagai negara dengan ekonomi dan politik yang paling stabil dibandingkan dengan wilayah lain di kawasannya. Dengan liberalisasi perdagangan sebagai salah satu dasar kebijakan luar negerinya, Chile telah secara aktif menjalin kerjasama ekonomi dengan mitra dagangnya, salah satunya dengan Indonesia. Di kawasan Amerika Latin, Chile merupakan mitra dagang terbesar ke-5 bagi

Indonesia, dengan urutan pertama Brasil, Meksiko, Peru, lalu Argentina (FTA Center, n.d.). Bagi Chile, Indonesia merupakan supplier impor terbesar ke-4 di kawasan Asia Tenggara setelah Thailand, Vietnam, dan Malaysia. Komoditas ekspor dan impor yang diperdagangkan antara dua negara tersebut meliputi produk pertanian, perikanan, pertambangan, dan industri. Beberapa komoditas ekspor utama Indonesia ke Chile mencakup kendaraan selain kereta api, pupuk, alas kaki, mesin, kertas, perabot, dan berbagai komoditas lainnya (Trading Economics, 2024). Sedangkan beberapa barang ekspor utama Chile ke Indonesia meliputi tembaga, lemak nabati, kayu, ikan, bijih logam, terak, dan abu (Trading Economics, 2024)

Berdasarkan data yang diperoleh dari Trademap, kegiatan ekspor impor yang dilakukan kedua negara tersebut relatif tidak stabil. Pada 2017, total nilai ekspor Indonesia ke Chile sebesar USD 158,4 juta. Ekspor sedikit meningkat pada tahun 2018, namun menurun drastis pada tahun berikutnya (Trademap, 2024). Ketidakstabilan ini dikarenakan komoditas ekspor masih berhadapan dengan tarif masuk sebesar 6%, dan juga pemerintah Chile yang selektif terhadap barang masuk.

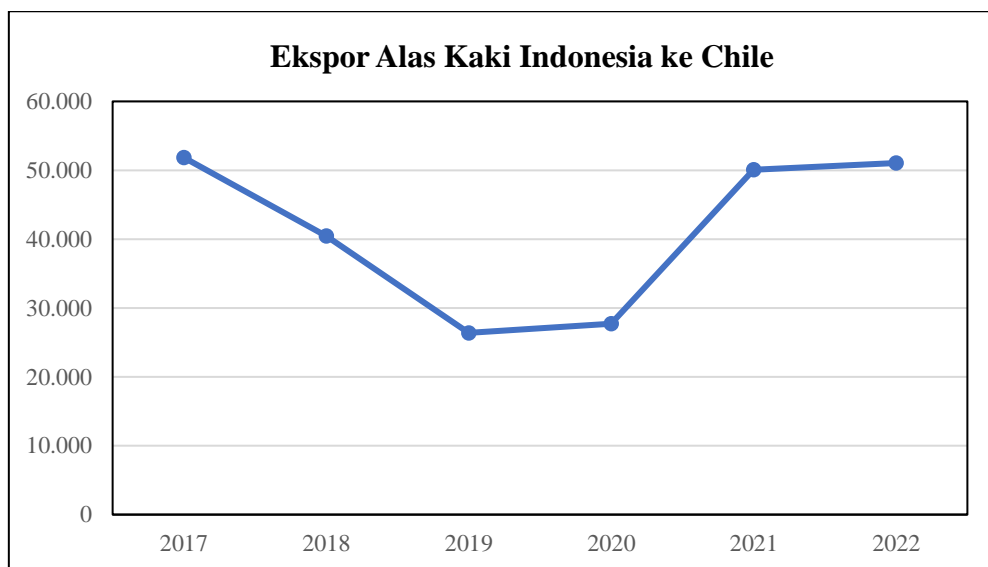


**Grafik 1. 1** Komoditas Ekspor Indonesia ke Chile tahun 2022

**Sumber:** (Trademap, 2024), grafik diolah oleh Penulis.

Pada 2019, alas kaki menempati posisi pertama dalam ekspor utama Indonesia ke Chile dengan nilai ekspor sebesar USD 51,26 juta, diikuti dengan komoditas kendaraan selain kereta api senilai USD 28,12 juta dan reaktor nuklir sebesar USD 18,9 juta (Trademap, 2024). Impor alas kaki yang dilakukan oleh Chile dilatarbelakangi oleh kurangnya jumlah industri alas kaki di negara tersebut. Diantara negara kawasan Amerika Latin yang lain, Chile merupakan konsumen alas kaki terbesar dengan konsumsi mencapai 5,5 juta pasang per tahunnya (Modaes, 2015). Jumlah permintaan alas kaki yang besar ini bertolak belakang dengan produksi alas kaki di industri Chile, sehingga harga yang ditawarkan lebih mahal karena jumlah *demand* lebih banyak daripada *supply*. Adanya kondisi tersebut, tersedianya tawaran model yang bervariasi, serta harga yang lebih terjangkau dari pasar impor membuat masyarakat Chile kemudian bergantung pada impor alas kaki dari negara lain (La Horma de tu Negocio, n.d.), salah satunya Indonesia, yang

merupakan salah satu produsen alas kaki terbesar di dunia. Pada tahun 2017, Indonesia menempati peringkat ke-4 produsen alas kaki dunia, setelah China, India, dan Vietnam (Permana, 2017). Berdasarkan data dari *Trademap*, Indonesia menempati posisi ke tiga sebagai pengeksport alas kaki terbesar ke Chile, setelah China dan Vietnam. (Trademap, 2024)



**Grafik 1. 2** Nilai Ekspor Alas Kaki Indonesia ke Chile tahun 2017-2022  
**Sumber:** (BPS, Data Ekspor Impor Nasional, 2024), grafik diolah oleh Penulis.

Menyadari potensi dari masing-masing negara yang dapat saling menguntungkan namun belum cukup dikembangkan, Indonesia dan Chile mengambil keputusan strategis untuk mendorong aktivitas ekspor dan impor negara, yaitu dengan merumuskan diplomasi komersial terhadap Chile melalui *Indonesia-Chile Comprehensive Economic Partnership Agreement (IC-CEPA)*. Perencanaan terkait pembentukan IC-CEPA sejatinya sudah diawali sejak tahun 2006, yang kemudian dilanjutkan dengan membentuk *Joint Study Group IC-CEPA*

untuk memetakan manfaat dari CEPA yang akan dibentuk pada tahun 2009. Setelah penandatanganan perjanjian pada tahun 2017, proses ratifikasi dilakukan oleh perwakilan dari masing-masing negara tersebut pada 11 Juni 2019. Kemudian, pada 10 Agustus 2019, IC-CEPA mulai resmi diimplementasikan untuk meningkatkan ekonomi, mendorong pelaku usaha Indonesia untuk mulai merambah ke pasar tradisional khususnya negara Chile (FTA Center, 2019). Pemberlakuan IC-CEPA dapat membawa keuntungan yang signifikan bagi kedua negara tersebut, salah satunya meningkatkan neraca perdagangan. Berdasarkan data yang dimuat dari *Trademap*, terdapat peningkatan ekspor pada tahun setelah diresmikannya IC-CEPA hingga beberapa tahun setelahnya. (Trademap, 2024)

Beberapa penelitian terdahulu terkait IC-CEPA adalah tulisan milik Cika Ahdy Dewy Pratama (2020) yang menjelaskan mengenai proses terbentuknya IC-CEPA. Tulisan tersebut memberikan informasi kepada penulis terkait proses terbentuknya IC-CEPA, serta manfaat dari adanya IC-CEPA tersebut (Pratama, 2020). Kemudian tulisan lain yang membahas terkait dampak dibentuknya IC-CEPA terhadap nilai ekspor kertas Indonesia milik Alifian Idris (2023). Tulisan tersebut membantu penulis memahami bagaimana dampak adanya IC-CEPA terhadap nilai ekspor (Idris A. , 2023).

Kemudian tulisan lain milik Anita Maria (2019) yang membahas mengenai upaya pemerintah dalam membantu komoditas unggulan Indonesia, yaitu alas kaki, kertas, dan pakaian jadi selain rajutan. Tulisan ini membantu penulis memahami bagaimana sektor industri alas kaki Indonesia, yang meliputi produksi dan potensinya (Maria, 2019). Perbedaan tulisan tersebut dengan tulisan ini adalah

periode penelitian, fokus komoditas, dan analisis teori. Tulisan tersebut memiliki jangka waktu dari tahun 2014 hingga 2019, sementara tulisan ini memiliki jangka waktu dari tahun 2019 hingga 2022. Selain itu, tulisan tersebut memusatkan padatnya ekspor unggulan Indonesia, yaitu alas kaki, kertas, dan pakaian jadi selain rajutan, sedangkan tulisan ini hanya berfokus pada alas kaki saja. Dengan fokus periode 2019 hingga 2022 dan hanya pada alas kaki, tulisan ini mampu memberikan penjelasan yang lebih jelas tentang perkembangan ekspor alas kaki setelah berlakunya IC-CEPA.

Ada pula tulisan milik Alvira Rizki Wulandari dan Dadan Suryadipura (2021) yang membahas mengenai diplomasi komersial Indonesia terhadap Australia dalam IA-CEPA pada era pemerintahan Joko Widodo. Tulisan tersebut membantu penulis untuk memahami bagaimana kerjasama ekonomi IC-CEPA dapat dianalisis dengan berbagai kerangka analisis diplomasi komersial, yang meliputi *input*, *throughput*, dan *output* diplomasi (Wulandari & Suryadipura, 2021).

Oleh karena itu, perbedaan dalam penelitian dengan kajian penelitian terdahulu adalah penerapan teori diplomasi komersial dalam menganalisis implementasi IC-CEPA sebagai penggerak ekspor Indonesia menuju pasar non tradisional Chile, salah satunya komoditas ekspor alas kaki. Rentang waktu penelitian berlangsung pada tahun 2019 hingga tahun 2022, dimana strategi diplomasi komersial belum pernah digunakan untuk menganalisis implementasi IC-CEPA sebagai pendorong ekspor Indonesia ke Chile, terkhusus pada komoditas alas kaki.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana diplomasi komersial yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia melalui IC-CEPA dalam mendorong ekspor alas kaki dari Indonesia ke Chile pada tahun 2006-2022?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Umum**

Secara keseluruhan, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada kalangan akademis dan masyarakat umum melalui penelitian ilmiah. Penelitian ini juga dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan studi Sarjana Strata Satu pada program studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

### **1.3.2 Tujuan Khusus**

Secara teoretis, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana diplomasi komersial yang dilakukan Indonesia melalui IC-CEPA dalam mengembangkan ekspor alas kaki dari Indonesia ke Chile.

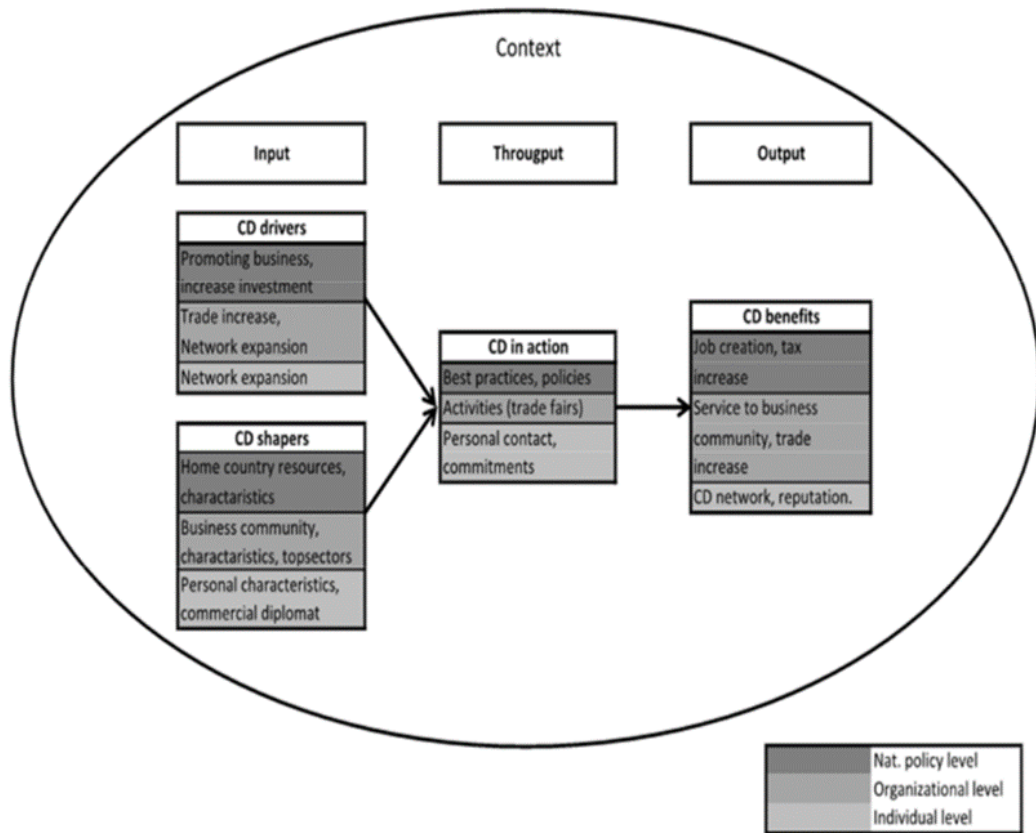


## 1.4 Kerangka Pemikiran

### 1.4.1 Diplomasi Komersial

Diplomasi komersial merupakan penerapan strategi diplomatik guna memperkuat aktivitas komersial, seperti ekspor dan *foreign direct investment*, dengan tujuan utama meningkatkan stabilitas ekonomi, mencapai kesejahteraan negara, dan keunggulan kompetitif nasional (Reuvers & Ruel, 2012). Menurut Ozdem (2009), diplomasi komersial adalah sebuah misi diplomatik untuk mendukung sektor bisnis dan keuangan negara asal, sekaligus mencakup promosi investasi dan perdagangan (Ozdem, 2009). Sedangkan menurut Kostecki dan Naray (2007), diplomasi komersial merupakan sebuah layanan pemerintah kepada komunitas bisnis dengan tujuan pengembangan bisnis internasional yang bermanfaat secara sosial (Kostecki & Naray, 2007).

Pada penelitian ini, definisi dan kerangka analisis diplomasi komersial yang akan digunakan adalah milik Reuvers dan Ruel (2012). Dalam penelitiannya, diplomasi komersial terbagi ke dalam tiga kerangka umum, yang meliputi *input*, *throughput*, dan *output*. Hal ini dikarenakan Reuvers dan Ruel (2012) mendefinisikan diplomasi komersial sebagai suatu upaya diplomatik yang ditempuh pemerintah (*input*) melalui beberapa saluran (*throughput*) yang bertujuan untuk memberikan manfaat bagi negara (*output*). Kerangka analisis ini membantu mengidentifikasi faktor pendorong dan faktor pembentuk diplomasi, implementasi diplomasi, konteksnya, serta manfaat komersial yang dihasilkan oleh diplomasi tersebut (Reuvers & Ruel, 2012). Berikut bentuk dari kerangka konversi tersebut:



**Gambar 1. 1** Kerangka Analisis Diplomasi Komersial  
**Sumber:** (Reuvers & Ruel, 2012)

Mengacu pada teori diplomasi komersial yang dikemukakan oleh Reuvers dan Ruel (2007) tersebut, terdapat tiga level analisis, salah satunya *national policy level*. *Level* analisis ini berfokus pada segala kebijakan, regulasi, dan strategi nasional yang dirancang oleh pemerintah dalam rangka mendorong diplomasi komersial. Dalam hal ini, negara berperan sebagai aktor utama yang merancang langkah-langkah strategis guna menciptakan lingkungan yang mendukung bagi perdagangan internasional. Kebijakan tersebut mencakup perundingan perjanjian perdagangan, dan aktivitas-aktivitas diplomasi komersial lainnya. Sesuai dengan rumusan masalah, maka penelitian ini akan berfokus pada aktivitas yang dilakukan oleh negara, sebagai aktor utama dalam kerangka kebijakan nasional.

#### ***1.4.1.1 Input***

Identifikasi pertama dalam analisis diplomasi komersial adalah menentukan tujuan dan alasan yang mendorong terjadinya diplomasi komersial, yang meliputi *driver* atau faktor pendorong dan *shapers* atau faktor pembentuk diplomasi. Berbagai faktor yang mendorong terciptanya diplomasi komersial mencakup peluang peningkatan perdagangan, mengatur persaingan yang seimbang bagi perusahaan maupun bagi keuntungan kompetitif nasional, meningkatkan pendapatan dalam negeri, menciptakan lebih banyak lapangan kerja, mengembangkan *business intelligence*, memperluas jaringan, serta mencapai kepentingan strategis dan politik (Reuvers & Ruel, 2012). Secara spesifik, diplomasi komersial yang dilakukan oleh negara pada *national policy level* bertujuan untuk mempromosikan bisnis guna memperluas lapangan pekerjaan, meningkatkan investasi asing langsung, meningkatkan pendapatan pajak, mempertahankan daya saing negara, dan mendorong pertumbuhan ekonomi.

*Shapers* atau faktor pembentuk dalam diplomasi komersial meliputi sumber daya dan karakteristik negara asal pada *national policy level*. Karakteristik negara asal meliputi tingkat pembangunan ekonomi dan politik serta hubungan diplomatik antara negara asal dan negara tuan rumah.

### 1.4.1.2 Throughput

Identifikasi kedua setelah *input* adalah *throughput* atau aktivitas dalam diplomasi komersial yang mencakup pameran dagang dan berbagai kegiatan promosi ekspor lainnya, yang meliputi interaksi antara kedua negara pelaku diplomasi seperti kunjungan kenegaraan untuk bertukar informasi pasar (Reuvers & Ruel, 2012). Terdapat empat aspek aktivitas diplomasi komersial, yaitu *network activities*, *intelligence*, *image campaigns*, dan *support business* yang dilakukan oleh aktor *national policy*. Bentuk dari masing-masing aktivitas tersebut dapat dijelaskan dalam tabel berikut:

<b><u>Network Activities</u></b>	<b><u>Intelligence</u></b>	<b><u>Image Campaigns</u></b>	<b><u>Support Business</u></b>
Developing business and government contacts	<b>Gathering/disseminating commercial information</b>	<b>Promoting goods and services</b>	In negotiations, contract implementation and problem solving
<b>State visits/delegation</b>	<b>Market research</b>	<b>Participating in trade fairs, introducing potential exporters</b>	<b>Gathering export marketing data</b>
Buyer-seller meetings	Reporting to home country	Sensitizing potential foreign investors	Supervision of violations of IPRs and contracts
<b>Match-making</b>	Consultant to both countries	<b>Gathering export marketing data</b>	Advocacy activities
Search for partners/distributors/investors/lawyers	Image studies, joint scientific research	Tourism promotion activities	Coordination of legal actions
Personal network of commercial diplomat		Awareness campaigns	

**Tabel 1. 1** Bentuk Aktivitas Diplomasi Komersial  
**Sumber:** (Reuvers & Ruel, 2012)

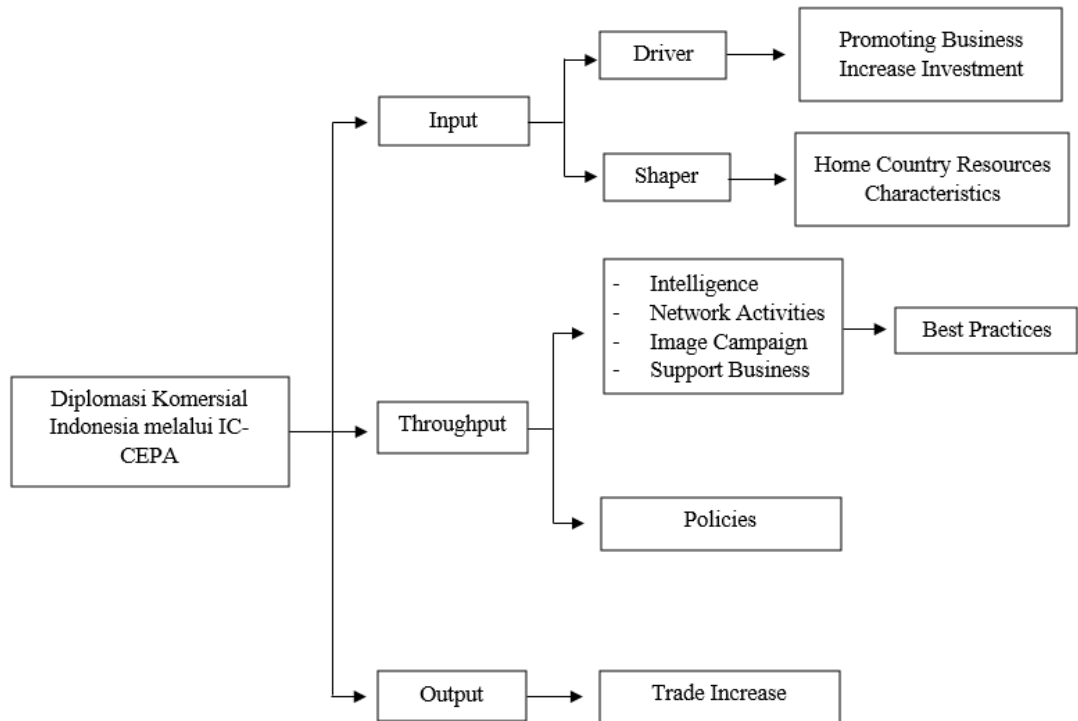
Pada *national policy level*, aktivitas yang telah dilakukan kemudian diidentifikasi ke dalam *best practice*, untuk mengetahui bentuk aktivitas mana yang paling efisien dan efektif. Pada aspek *network activities* atau perluasan jaringan, negara memfasilitasi kegiatan *business matching* untuk membantu mempertemukan pelaku eksportir dengan pelaku importir dari negara lain, melakukan *state visit* untuk mempererat serta menjaga hubungan diplomatik dan mempertahankan citra negara. Kemudian untuk aspek *intelligence*, negara melakukan *market research* dan *joint scientific research* untuk mengembangkan pengetahuan terkait pasar dan produk yang ditawarkan oleh masing-masing negara, dan menyediakan berbagai informasi komersial. Pada aspek *image campaigns*, negara berpartisipasi dalam berbagai kegiatan promosi perdagangan, seperti pameran perdagangan untuk memperkenalkan eksportir yang potensial. Pada aspek *support business*, negara menyediakan informasi data terkait eksportir.

Selain itu, topik tambahan pada level *national policy* adalah pembuatan kebijakan negara. Menurut Reuvers dan Ruel (2012), sejauh ini tidak banyak ditemukan studi terkait kebijakan diplomasi komersial. Kebijakan diplomasi komersial yang dimaksud dapat berupa perubahan kebijakan nasional saat berlangsungnya aktivitas diplomasi komersial, atau kebijakan negara untuk berfokus kepada beberapa sektor dan mengintegrasikan upaya diplomasi komersialnya (Reuvers & Ruel, 2012).

### **1.4.1.3 Output**

Identifikasi terakhir pada diplomasi komersial adalah *output*, yaitu hasil atau manfaat yang ditimbulkan dari aktivitas diplomasi komersial, yang keuntungannya dapat dibedakan menjadi tiga macam, yakni manfaat ekonomi, *nation branding*, dan manfaat politik. Manfaat ekonomi yang dihasilkan oleh diplomasi komersial meliputi peningkatan ekonomi, mendorong ekspor, peningkatan pengetahuan, dan perdagangan internasional. Manfaat politik dari diplomasi komersial adalah meningkatkan pendapatan pajak, menciptakan lapangan kerja, menstimulasi pertumbuhan ekonomi, dan membangun citra positif sebuah negara, yang kemudian berpengaruh pada pola perdagangan negara tersebut. Sedangkan manfaat *nation branding* memiliki dampak positif dalam kedua aspek ekonomi dan politik tersebut.

## 1.5 Sintesa Pemikiran



**Gambar 1. 2** Sintesa Pemikiran

Berdasarkan sintesa pemikiran yang digambarkan di atas, diplomasi komersial Indonesia dengan Chile melalui Indonesia-Chile *Comprehensive Economic Partnership Agreement* dibagi menjadi tiga lingkup analisis, yaitu (1) *input*, (2) *throughput*, dan (3) *output*. Pada *input* atau faktor pendorong diplomasi komersial dibagi menjadi dua macam, yaitu *driver* atau faktor pendorong yang dapat berupa strategi untuk meningkatkan investasi dan promosi bisnis, serta *shapers* atau faktor pembentuk yang dapat berupa potensi sumber daya alam negara. Analisis *throughput* atau implementasi meliputi aktivitas diplomasi komersial dan pembuatan kebijakan. Aktivitas tersebut memiliki empat lingkup, yaitu pertama aktivitas *intelligence* yang dapat berupa *market research*, *joint scientific research*, dan penyediaan informasi terkait komersial. Kedua, aktivitas

*network activities* yang dapat berupa kunjungan negara atau delegasi negara dan *match making*. Ketiga, aktivitas *imagine campaign* yang dapat berupa promosi jasa dan barang dan partisipasi dalam pameran perdagangan. Terakhir, aktivitas *support business* dapat berupa penyediaan data ekspor untuk kebutuhan promosi. Aktivitas yang telah dilakukan kemudian diidentifikasi ke dalam *best practice*, untuk mengetahui aktivitas mana yang paling efisien dan efektif. Setelah dilakukan implementasi diplomasi, analisis selanjutnya adalah terkait *output* atau manfaat hasil diplomasi berupa keuntungan ekonomi.

## **1.6 Argumen Utama**

Diplomasi komersial yang dilakukan Indonesia dengan Chile melalui IC-CEPA pada *national policy level* dibagi menjadi tiga kerangka analisis, yaitu *input*, *throughput*, dan *output*. Pada analisis *input* mencakup segala proses perundingan IC-CEPA yang dilakukan sejak tahun 2006 hingga tahun 2019 sebelum pengimplementasiannya. *Driver* atau faktor pendorong diplomasi komersial tersebut adalah untuk mempromosikan perdagangan. Sedangkan *shapers* atau pembentuk dalam diplomasi komersial tersebut adalah potensi sumber daya yang dapat diperdagangkan antara Indonesia dan Chile. Kemudian pada analisis *throughput* atau pelaksanaan diplomasi komersial, mencakup segala aktivitas diplomasi komersial melalui IC-CEPA yang dilakukan mulai tahun 2019 setelah pengimplementasian IC-CEPA. Pada aspek *network activities* yang dilakukan adalah *state visit* oleh delegasi negara, aspek *intelligence* yang dilakukan adalah mengadakan beberapa seminar terkait IC-CEPA dan memuat informasi tarif bea per komoditas setelah pemberlakuan IC-CEPA di *website* ITPC. Aspek *image*



*campaign* adalah diadakannya acara *Conecta* Indonesia oleh ITPC. Aspek *support business* yang dilakukan adalah dengan memuat data terkait informasi eksportir Indonesia yang dapat diakses oleh importer dari Chile. Analisis kebijakan merupakan kebijakan yang dilakukan Indonesia untuk meningkatkan produksi alas kaki sehingga dapat meningkatkan ekspornya. *Output* dari diplomasi komersial ini adalah peningkatan perdagangan, khususnya pada ekspor Indonesia ke Chile.

## **1.7 Metode Penelitian**

### **1.7.1 Tipe Penelitian**

Tipe dari penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data terkait status suatu fenomena yang ada saat penelitian dilakukan. Secara umum, penelitian deskriptif tidak melibatkan pengujian hipotesis tertentu, tetapi hanya menjelaskan variabel, fenomena, atau kondisi secara apa adanya (Arikunto, 2005). Dengan menggunakan tipe penelitian deskriptif, penulis akan menguraikan diplomasi komersial IC-CEPA dalam mendorong ekspor Indonesia ke Chile, khususnya ekspor alas kaki, melalui penjelasan deskripsi kata-kata yang didasarkan pada data.

### **1.7.2 Jangkauan Penelitian**

Jangkauan dari penelitian ini adalah pada tahun 2006 hingga tahun 2022. Penulis memilih tahun 2006 karena pada tahun tersebut pembahasan terkait IC-CEPA mulai diinisiasi. Dikarenakan fokus penelitian ini adalah perkembangan ekspor, maka penelitian ini dibatasi hingga tahun 2022, karena pada tahun berikutnya ekspor kembali menurun.

### **1.7.3 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penulisan penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik studi kepustakaan. Studi Pustaka merupakan kajian teoretis, referensi, serta literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2013). Studi pustaka dilakukan dengan mengolah berbagai sumber seperti artikel jurnal, buku, website, maupun data sekunder lainnya. Penulis akan mengumpulkan data sekunder yang sekiranya relevan dengan penelitian ini untuk kemudian diuraikan secara deskriptif dengan tujuan memperkuat argumentasi dan memastikan kebenaran data yang dinyatakan di penelitian ini.

### **1.7.4 Teknik Analisis Data**

Penulis menggunakan teknik analisis data kualitatif dalam penelitian ini. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian seperti tindakan, persepsi, motivasi, dan lainnya secara menyeluruh dalam bentuk deskripsi kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan menggunakan metode alamiah. (Moleong, 2017). Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif karena mengolah kumpulan data empiris guna menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis, yang kemudian dijabarkan dalam bentuk kesimpulan.

### **1.7.5 Sistematika Penulisan**

Penelitian berjudul “Diplomasi Komersial Indonesia melalui Indonesia-Chile *Comprehensive Economic Partnership Agreement* (IC-CEPA): Studi Kasus Ekspor Alas Kaki Tahun 2006-2022” terdiri dari empat bagian sistematika

penulisan guna memudahkan pembaca dalam memahami penelitian ini. Empat bagian tersebut antara lain

**BAB I**, pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka pemikiran, sintesa pemikiran, argumen utama, serta metode penelitian.

**BAB II**, berisikan proses perundingan IC-CEPA, serta analisis *input* atau faktor pendorong dan pembentuknya.

**BAB III**, berisikan analisis *throughput* atau implementasi diplomasi komersial IC-CEPA, serta analisis *output* atau keuntungan yang diperoleh dan pengaruhnya dalam mendorong ekspor Indonesia ke Chile, khususnya pada komoditas alas kaki.

**BAB IV**, penutup yang berisikan kesimpulan dan saran dari hasil pembahasan pada bab sebelumnya dari penulis.