

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bagi negara, minyak bumi tidak hanya memegang peranan penting dalam perekonomian nasional tetapi juga dalam kepentingan politik internasional.¹ Sumber energi ini menjadi bagian penting dalam menjalankan kegiatan perekonomian, dari kegiatan produksi, distribusi hingga kebutuhan konsumen di suatu negara. Pertumbuhan industri dan peningkatan jumlah penduduk mengakibatkan permintaan minyak bumi melonjak namun hal ini tidak sejalan dengan ketersediaan yang terbatas. Dilain sisi penggunaan minyak bumi pada sektor transportasi menghasilkan dampak buruk pada lingkungan.

Kendaraan listrik menjadi solusi alternatif dalam menekan penggunaan minyak bumi pada sektor transportasi, oleh sebab itu banyak negara yang mulai memproduksi mobil listrik. Indonesia telah memulai pengembangan mobil listrik sejak tahun 1997 ketika itu Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) pertama kali melakukan penelitian mengenai mobil listrik. Pada tahun 2005 Presiden Indonesia saat itu, Susilo Bambang Yudhoyono menerima contoh produk mobil listrik hasil penelitian LIPI. Lalu pada tahun 2012 Kementerian BUMN juga pernah mengembangkan mobil listrik namun, mobil listrik tersebut tidak dapat dikembangkan hingga pada level produksi massal karena adanya praktik korupsi dan kemelut pada birokrasi pemerintah saat itu.

¹ Muhammad Farid, "Keamanan Energi Dalam Politik Luar Negeri Indonesia," *Prosiding Interdisciplinary Postgraduate Student Conference 2nd 2* (2016): 71–80.

Pada tahun 2019 Presiden Joko Widodo mempercepat pengembangan industri kendaraan listrik Indonesia melalui Peraturan Presiden No. 55 Tahun 2019 tentang Percepatan Program Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai untuk Transportasi Jalan. Pemerintah Indonesia telah menetapkan target bahwa pada tahun 2025 produksi Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai (KBLBB) mencapai 400 ribu unit untuk roda empat dan 1,76 juta unit roda dua.² Menurut Presiden Jokowi Indonesia harus menjadi aktor utama dalam industri mobil listrik di level global.³

Kehadiran mobil listrik dapat menekan angka konsumsi Bahan Bakar Minyak (BBM) dan emisi gas karbon yang dihasilkan. Melalui dokumen *National Determined Contributions* (NDC) Pemerintah Indonesia berkomitmen untuk menargetkan penurunan emisi pada tahun 2030 sebesar 29% dengan usaha sendiri dan 41% dengan dukungan internasional.⁴ Sektor transportasi darat menjadi sumber terbesar penghasil emisi gas rumah kaca, terdiri dari mobil (11%), sepeda motor (82%), bus (1,7%) dan angkutan barang (5,3%).⁵ Adanya mobil listrik dapat menekan jumlah kendaraan konvensional yang berkontribusi pada peningkatan konsumsi BBM dan emisi gas karbon. Untuk memproduksi mobil listrik dibutuhkan

² Fitriani Aulia Rizka, "Upaya Pemerintah pada Pertumbuhan Industri Kendaraan Listrik," *Tagar.id*, 21 Februari 2021, diakses 14 Maret 2022, <https://www.tagar.id/upaya-pemerintah-pada-pertumbuhan-industri-kendaraan-listrik>.

³ Chandra Gian Asmara, "Jokowi: RI Harus Jadi Pemain Penting di Mobil Listrik!," *CNBC Indonesia*, 16 Maret 2022, 31 diakses Maret 2022, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220316134855-4-323285/jokowi-ri-harus-jadi-pemain-penting-di-mobil-listrik>.

⁴ Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia, *Updated Nationally Determined Contribution Republic of Indonesia 2021* (Jakarta: Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia, 2021).

⁵ Julius Christian Adiatma dan Idoan Marciano, *The Role of Electric Vehicles in Decarbonizing Indonesia's Road Transport Sector* (Jakarta, 2020).

sumber daya alam, khususnya nikel yang menjadi komponen utama pada baterai mobil listrik.

Indonesia kaya akan sumber daya alam salah satunya adalah nikel yang menjadi komponen utama pada baterai mobil listrik. Berdasarkan data dari US Geological Service pada tahun 2017 produksi tambang nikel Indonesia mencapai 16% dan memiliki 6% dari cadangan dunia.⁶ Pemerintah Indonesia mempercepat pelarangan ekspor bijih nikel pada tahun 2020 yang mana sebelumnya direncanakan pada Januari 2022. Adanya percepatan pelarangan ekspor bijih nikel dapat mendukung program pemerintah dalam pengembangan industri mobil listrik.⁷ Adanya potensi kekayaan alam yang dapat dimanfaatkan dapat membantu menciptakan ekosistem industri kendaraan listrik.

Sumber daya alam yang tersedia memerlukan modal untuk mengembangkannya menjadi produk jadi. Indonesia memiliki hambatan dalam pembangunan industri mobil listrik seperti, tingginya biaya dalam pengembangan kendaraan, belum ada sarana dan prasarana yang mendukung jika diberlakukan secara nasional, dan masih lemahnya penguasaan teknologi mobil listrik di Indonesia.⁸ Untuk mencapai tujuan pembangunan industri mobil listrik, Indonesia berusaha untuk menarik investasi asing. Investasi asing dapat menjadi sumber pendanaan dan juga dapat meningkatkan penguasaan teknologi, termasuk pada industri mobil listrik.

⁶ Jaewon Chung, *The Mineral Industry of Indonesia* (U.S. Geological Survey, 2018) diakses 20 Maret 2022, <https://pubs.usgs.gov/myb/vol3/2017-18/myb3-2017-18-indonesia.pdf>.

⁷ Izzaty dan Suhartono, "Kebijakan Percepatan Larangan Ekspor ORE Nikel dan Upaya Hilirisasi Nikel" (2020): 19–24, http://berkas.dpr.go.id/puslit/files/info_singkat/Info_Singkat-XI-23-I-P3DI-Desember-2019-221.pdf.

⁸ Victor Tulus Pangapoi Sidabutar, "Kajian pengembangan kendaraan listrik di Indonesia: prospek dan hambatannya," *Jurnal Paradigma Ekonomika* 15, no. 1 (2020): 21–38.

Visi pada pemerintahan Presiden Joko Widodo adalah "Terwujudnya Indonesia Maju yang Berdaulat, Mandiri, dan Berkepribadian Berdasarkan Gotong Royong". Pada Nawacita salah satu agenda prioritas pemerintahan adalah sektor ekonomi yang membutuhkan investasi besar-besaran untuk mengakselerasi pertumbuhan industri.⁹ Sejalan dengan itu Kementerian Luar Negeri sebagai institusi penyelenggara dan pelaksana hubungan luar negeri dengan tekad kinerja "diplomasi untuk rakyat, diplomasi membumi" yang berrarti kinerja kemenlu dapat bermanfaat dan dirasakan oleh rakyat. Hal ini tertuang pada salah satu tujuan Kemenlu pada Renstra 2015-2019 yang menekankan nilai manfaat ekonomi yang mana salah satu indikator nya adalah peningkatan nilai investasi.

Pada periode kedua Presiden Jokowi salah satu prioritas kerja Presiden adalah mengundang Investasi seluas-luasnya untuk membuka lapangan pekerjaan. Investasi menjadi salah satu sektor yang menjadi arahan presiden pada rencana diplomasi agar dapat membantu perekonomian Indonesia.¹⁰ Untuk menarik investasi asing Presiden Jokowi menginstruksikan mengoptimalkan diplomasi ekonomi sehingga dapat memenuhi kepentingan negara.¹¹ Dalam Rencana Strategis Kementerian Luar Negeri Indonesia (Renstra Kemlu) tahun 2020-2024 diplomasi ekonomi menjadi poin penting dan salah satu aspek penting dari diplomasi ekonomi

⁹ Mochdar Soleman dan Mohammad Noer, "Nawacita Sebagai Strategi Khusus Jokowi Periode Oktober 2014-20 Oktober 2015 [Nawacita: Superior Strategy of Jokowi in October 2014 - 20 October 2015]," *Jurnal Kajian Politik Dan Masalah Pembangunan* 13, no. 1 (2017): 1961–1975.

¹⁰ Shafiah F Muhibat dan Rocky Intan, "Diplomasi Ekonomi : Definisi Dan Ruang," *Makalah Kebijakan CSIS Indonesia* (2020): 3–6, <https://www.jstor.org/stable/resrep31651.4%0AJSTOR>.

¹¹ Chandra Gian Asmara, "Jokowi ke Menlu Retno: Perkuat Diplomasi Ekonomi," *CNBC Indonesia*, Oktober 23, 2019, diakses April 7, 2022, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20191023132819-4-109406/jokowi-ke-menlu-retno-perkuat-diplomasi-ekonomi>.

adalah menarik investasi.¹² Keberhasilan diplomasi ekonomi Indonesia terhadap Korea Selatan dalam menyepakati IK-CEPA yang sebelumnya sempat tertunda menjadi peluang Indonesia untuk melakukan diplomasi komersial. Diplomasi komersial bertujuan untuk mengeksploitasi keunggulan komparatif dan memanfaatkan peluang internasional yang diciptakan oleh diplomasi ekonomi.¹³ Kunjungan Presiden Indonesia pada acara "Indonesia-Korea Business and Investment Forum 2018: Enhancing Industrial Cooperation" salah satunya adalah mengkampanyekan bahwa Indonesia aman untuk menjadi tujuan investasi.¹⁴ Kunjungan Presiden ke Korea Selatan menghasilkan investasi dan komitmen investasi untuk masuk ke Indonesia salah satunya adalah Hyundai.

Pada tahun 2019 Hyundai Motor Company (HMC) menanamkan modalnya di Indonesia sebesar US\$1,55 miliar atau Rp21,8 triliun untuk membangun pabrik yang akan memproduksi mobil tenaga bensin dan juga mobil tenaga listrik di Bekasi, Jawa Barat.¹⁵ HMC menjadi salah satu produsen penting pada mobil listrik global. Tahun 2019 HMC berhasil menduduki peringkat kelima pada pasar kendaraan listrik global setelah setahun sebelumnya berada di peringkat

¹² Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia, "Rencana strategis Kementerian Luar Negeri 2020-2024" (2020): 81, <https://kemlu.go.id>.

¹³ Evan H. Potter, "Branding Canada: The renaissance of Canada's commercial diplomacy," *International Studies Perspectives* 5, no. 1 (2004): 55–60.

¹⁴ BKPM, "Kunjungan Presiden Jokowi ke Korsel Hasilkan Kesepakatan Bisnis Senilai USD 6,2 M" (Badan Koordinasi Penanaman Modal, 2018), <http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001><http://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055><https://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006><https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.04.024><https://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.127252><http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001>

¹⁵ Lizsa Egeham, "Hyundai Teken Investasi Mobil Listrik Senilai Rp 21 Triliun di Indonesia," *Liputan 6*, 26 November 2019, diakses 7 April 2022, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4120167/hyundai-teken-investasi-mobil-listrik-senilai-rp-21-triliun-di-indonesia>.

kesembilan.¹⁶ HMC menjadi investor industri mobil listrik pertama bagi Indonesia, pun Indonesia akan menjadi pusat dari strategi mobilitas HMC di Asia Tenggara khususnya pada industri mobil listrik.

Kehadiran HMC sebagai investor pertama di Indonesia pada industri mobil listrik menarik untuk dikaji. Pemerintah dari berbagai negara berlomba-lomba mencari investor untuk berinvestasi pada industri mobil listrik mereka dan HMC memilih berinvestasi di Indonesia. Hal ini dikarenakan pemerintah dari berbagai negara mendorong penggunaan energi alternatif yang lebih ramah lingkungan pada sektor transportasi membuat tren baru pada industri otomotif. Pada level global penjualan mobil listrik pada tahun 2019 melampaui angka 2 juta, menjadi yang tertinggi sepanjang masa dalam penjualan mobil listrik.¹⁷ Dalam merespon hal ini Indonesia kembali berusaha membangun industri mobil listrik dan menjadi aktor global pada industri ini. Meskipun Pemerintah Indonesia sudah pernah mengembangkan kendaraan listrik sebelumnya namun belum sampai pada produksi massal.

Dengan memanfaatkan kekayaan sumber daya alam dan tujuan untuk menggunakan energi alternatif yang lebih ramah lingkungan mendorong Pemerintah Indonesia untuk berusaha menarik investor asing pada industri mobil listrik. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut Indonesia berusaha menarik investor asing dalam hal ini Korea Selatan. Oleh karena itu Penelitian ini bermaksud

¹⁶ The Dong-A Ilbo, "Hyundai Motor Group ranks fifth in global EV market," *The Dong-A Ilbo*, 10 September 2019, diakses 7 April 2022, <https://www.donga.com/en/article/all/20190910/1843928/1/Hyundai-Motor-Group-ranks-fifth-in-global-EV-market>.

¹⁷ IEA, *Global EV Outlook 2020 Entering the decade of electric drive?*, International Energy Agency (IEA), 2020, diakses 21 Maret 2022, <https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2020>.

mendeskripsikan strategi Pemerintah Indonesia dalam menarik investasi dari Korea Selatan pada industri mobil listrik Indonesia di masa pemerintahan Presiden Jokowi.

1.2 Rumusan Masalah

Pemerintah di dunia bekerja sama untuk mendorong penggunaan transportasi yang menggunakan energi alternatif yang lebih ramah lingkungan salah satunya Indonesia. Indonesia berusaha menjadi aktor utama pada industri mobil listrik untuk dapat menghadirkan energi alternatif yang lebih ramah lingkungan pada sektor transportasi dan mengurangi polusi udara yang dihasilkan oleh kendaraan konvensional. Keterbatasan dana dan penguasaan teknologi menjadi tantangan bagi pemerintah Indonesia untuk membangun industri kendaraan listrik di Indonesia. Adanya sumber daya alam dan kebijakan pengembangan industri kendaraan listrik di Indonesia menjadi daya tarik Indonesia menarik investasi. Indonesia berusaha menarik investasi asing dari Korea Selatan karena penguasaan teknologi dan modal yang dimiliki Korea. Indonesia berhasil menarik investasi dari Korea Selatan melalui HMC yang melakukan investasi pada industri mobil listrik di Indonesia. Hal ini membuat Korea Selatan menjadi investor pertama dalam sektor industri mobil listrik di Indonesia. Keberhasilan Indonesia tidak terlepas dari aktivitas diplomasi yang menjadi ujung tombak Indonesia dalam menarik investasi. Oleh sebab itu, peneliti hendak mendeskripsikan diplomasi komersial Indonesia terhadap Korea Selatan dalam menarik investasi kendaraan listrik di Indonesia.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi pertanyaan penelitian ini adalah, “Bagaimana diplomasi komersial Indonesia dalam menarik investasi dari Korea Selatan pada industri kendaraan listrik di Indonesia?”

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan diplomasi komersial yang dilakukan oleh Indonesia dalam menarik investasi dari Korea Selatan pada industri kendaraan listrik di Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat secara teoritis dari penelitian dapat memberikan sumbangsih dalam perkembangan studi Hubungan Internasional yang berkaitan dengan diplomasi komersial dalam menarik investasi dan dapat menambah wawasan terkait isu industri kendaraan listrik dan investasi di Indonesia.
2. Manfaat secara praktis dari penelitian ini dapat menambah referensi bagi pembaca terkait diplomasi komersial negara dalam menarik investasi pada industri kendaraan listrik. Selain itu sebagai *lesson learnt* bagi Indonesia yang sedang mengembangkan industri kendaraannya.

1.6 Tinjauan Pustaka

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa tulisan yang menjadi rujukan atau tulisan yang relevan sebagai acuan dalam penelitian ini. Adapun

tinjauan pustaka yang pertama adalah artikel dari Victor Tulus Pangapoi Sidabutar dengan judul “Kajian Pengembangan Kendaraan Listrik di Indonesia: Prospek dan Hambatannya”. Karya ilmiah ini membahas hambatan yang dihadapi Indonesia dalam membangun industri mobil listrik, yang dianalisis menggunakan teori *porter’s five forces* yang dapat mengidentifikasi dan menganalisis kekuatan suatu industri.¹⁸ Hasil dari penelitian terdapat hambatan bagi Indonesia dalam membangun industri mobil listrik yaitu hambatan infrastruktur dan biaya. Artikel ini juga menyarankan adanya turunan yang jelas dari Peraturan Presiden Nomor 55 Tahun 2019 tentang percepatan program kendaraan berbasis listrik. Peraturan turunan yang diharapkan dapat menjadi payung hukum bagi investor yang ingin masuk ke Indonesia.

Persamaan penelitian peneliti dengan artikel ini adalah pada fenomena industri kendaraan listrik yang dibangun oleh Indonesia. Perbedaannya cukup jelas yang mana artikel ini membahas hambatan dalam membangun industri mobil listrik di Indonesia sedangkan penelitian peneliti membahas bagaimana strategi Indonesia dalam menarik investasi pada industri mobil listrik dari Korea Selatan. Kontribusi artikel ini terhadap penelitian peneliti adalah memberikan penjelasan mengenai hambatan dalam membangun industri kendaraan listrik di Indonesia. Adanya tantangan membuat Pemerintah Indonesia mengeluarkan kebijakan untuk menyelesaikan hambatan tersebut sehingga yang dapat mendorong investasi asing masuk pada industri kendaraan listrik Indonesia. Relevansi karya tulis ini dengan

¹⁸ Tulus Pangapoi Sidabutar, “Kajian pengembangan kendaraan listrik di Indonesia: prospek dan hambatannya.”

penelitian peneliti terkait dengan isu yang akan dibahas mengenai kondisi industri mobil di listrik Indonesia.

Tinjauan pustaka yang kedua peneliti menggunakan artikel yang diterbitkan oleh Journal of International Studies (Intermestic) Unpad yang berjudul “*Hyundai Investment On Electric Vehicles In Indonesia: A Push And Pull Factors Analysis*”.¹⁹ Artikel ini ditulis oleh Achmad Ismail dan Darynaufal Mulyaman membahas mengenai alasan HMC melakukan *Foreign Direct Investment* (FDI) pada sektor mobil listrik di Indonesia. Artikel ini mengulas bagaimana perkembangan mobil listrik yang menjadi tren global hingga aktivitas HMC dalam industri mobil listrik dan melakukan FDI di Indonesia. Teori *pull dan push factor* digunakan Ismail dan Mulyaman menjelaskan bahwa ada setidaknya ada dua faktor yang menjadi alasan HMC melakukan FDI di Indonesia yaitu : *push factor* dan *pull factor*. *Push factor* dalam hal ini adalah HMC ingin memperluas pasarnya di luar Korea Selatan (*home Country*), kemudian *pull factor* adalah upaya dari Indonesia (*host country*) untuk menarik investasi dari Hyundai. Persamaan dengan penelitian yang dilakukan terletak pada fenomena investasi kendaraan listrik yang dilakukan oleh HMC di Indonesia. Perbedaannya terletak pada fokus dari artikel mengenai alasan HMC melakukan investasi di Indonesia, sedangkan peneliti fokus pada diplomasi komersial yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia sehingga dapat menarik investasi dari HMC. Artikel ilmiah ini memberikan kontribusi terhadap penelitian peneliti pada penjelasan mengenai investasi yang dilakukan oleh HMC di Indonesia pada industri mobil listrik tidak terlepas dari usaha Indonesia menarik investasi dari

¹⁹ Achmad Ismail dan Darynaufal Mulyaman, “Hyundai Investment on Electric Vehicles in Indonesia: A Push and Pull Factors Analysis,” *Journal of International Studies* 5, no. 2 (2021): 1.

Indonesia. Karya tulis ini relevan dengan penelitian peneliti karena tidak adanya penjelasan secara mendalam tentang bagaimana Indonesia berhasil menarik investasi dari Korea Selatan membuat peneliti tertarik untuk membahas celah yang ditinggalkan dalam artikel karya Achmad Ismail dan Darynaufal Mulyaman ini.

Tinjauan pustaka ketiga adalah artikel dalam jurnal *Batteries* pada tahun 2021 yang ditulis oleh Andante Hadi Pandyaswargo, Alan Dwi Wibowo, Meilinda Fitriani Nur Maghfiroh, Arlavinda Rezqita, Hiroshi Onoda yang berjudul “*The Emerging Electric Vehicle and Battery Industry in Indonesia: Actions around the Nickel Ore Export Ban and a SWOT Analysis*”. Artikel ini bertujuan mendeskripsikan bagaimana Indonesia melakukan pelarangan ekspor bijih nikel di saat permintaan bijih nikel dunia tinggi untuk kendaraan listrik. Penulis artikel ini melakukan wawancara dan menghadiri seminar dengan pakar nasional dan pemain kunci di industri baterai dan Kendaraan Listrik untuk mendapatkan wawasan yang paling relevan. Penulis artikel mengulas dengan Analisis SWOT yang mana menunjukkan bahwa meskipun industri baterai Indonesia masih baru, perlu diversifikasi kegiatan penelitian dan pengembangannya serta berkolaborasi secara internasional untuk mengoptimalkan pemanfaatan sumber dayanya dan memenuhi daya beli pasar Kendaraan Listrik domestik.²⁰ Artikel ini memberikan kontribusi terhadap penelitian peneliti dengan cara memberikan gambaran bagaimana potensi industri kendaraan listrik Indonesia terutama di sektor baterai listrik. Kekayaan alam yang dimiliki oleh Indonesia dapat mendorong ambisi Indonesia untuk menjadi pemain utama kendaraan listrik global dengan bantuan investasi dan

²⁰ Andante Hadi Pandyaswargo et al., “The Emerging Electric Vehicle and Battery Industry in Indonesia: Actions around the Nickel Ore Export Ban and a SWOT Analysis,” *Batteries* 7, no. 4 (November 24, 2021): 80, <https://www.mdpi.com/2313-0105/7/4/80>.

transfer teknologi. Persamaan artikel ini dengan penelitian peneliti adalah pembahasan mengenai fenomena Industri kendaraan listrik di Indonesia. Perbedaannya terletak pada penggunaan konsep yang mana peneliti menggunakan konsep diplomasi komersial untuk menggambarkan bagaimana Indonesia menarik Investasi.

Tinjauan pustaka keempat dari artikel jurnal karya Nurul Faizah Al Khoiriyah dengan judul “Diplomasi Komersial Indonesia di Era Digital Melalui Next Indonesia Unicorn (Nexticorn)”. Jurnal ini diterbitkan oleh Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang membahas mengenai diplomasi komersial Indonesia dalam bidang ekonomi digital melalui Next Indonesia Unicorn (Nexticorn) pada tahun 2017-2019. Artikel ini menggunakan konsep diplomasi komersial dengan bentuk penelitian deskriptif kualitatif.²¹ Kontribusi karya tulis ini terhadap penelitian peneliti adalah memberikan gambaran mengenai operasionalisasi konsep diplomasi komersial dalam menarik investasi asing. Perasamaan peneliti dengan artikel ini adalah mengenai konsep yang digunakan yaitu, diplomasi komersial dan aktor yang diteliti, Indonesia. Perbedaan antara artikel jurnal ini dnegan penelitian peneliti terletak pada fenomena pembahasan. Pada penelitian peneliti fenomenanya adanya industri kendaraan listrik sedangkan pada artikel jurnal ini mengenai ekonomi digital.

Tinjauan pustaka kelima dari artikel jurnal karya Tomasz Konewka, Joanna Bednarz, and Tomasz Czuba yang berjudul “*Building a Competitive Advantage for Indonesia in the Development of the Regional EV Battery Chain*”. Artikel jurnal ini

²¹ Nurul Faizah, “Diplomasi Komersial Indonesia di Era Digital Melalui Next Indonesia Unicorn (NEXTICORN),” *Siyar Journal* 1, no. 1 (2021).

diterbitkan pada tahun 2021 pada jurnal *Energies* yang membahas mengenai infrastruktur produksi kendaraan listrik (ukuran pasar, sumber daya) di beberapa negara besar Asia, termasuk Indonesia kemudian, mengidentifikasi pentingnya FDI bagi Indonesia dan yang terakhir untuk menyelidiki apakah Indonesia mampu membangun keunggulan komparatif dengan memanfaatkan kekayaan alam. Kontribusi artikel ini dalam penelitian peneliti adalah memberikan gambaran bagaimana kondisi industri kendaraan listrik Indonesia dari infrastruktur hingga investasi. Persamaan peneliti dengan artikel jurnal ini adalah pada fenomena yang diangkat yaitu, terkait industri kendaraan listrik di Indonesia. Kemudian perbedaannya terletak pada penggunaan konsep dan sudut pandang penelitian, dimana peneliti menggunakan konsep diplomasi komersial sedangkan artikel jurnal menggunakan konsep keunggulan komparatif.

1.7 Kerangka Konsep

Hubungan Internasional dinilai sebagai arena negara-negara dan aktor non-negara untuk saling berinteraksi berdasarkan perspektif liberalism. Pada perspektif liberalisme setiap aktor memiliki sifat alamiah untuk saling ketergantungan sehingga mendorong negara untuk bekerja sama dan mencegah situasi konfliktual yang terbuka. Adanya sifat saling membutuhkan mendorong berkembangnya kerja sama terutama terkait ekonomi. Diplomasi menjadi salah satu cara negara untuk mencapai kepentingannya termasuk dalam membentuk kerja sama.

Diplomasi pada hakikatnya adalah aktivitas komunikasi antara perwakilan pada diplomat profesional yang mewakili negaranya masing-masing bertujuan

untuk mencapai kepentingan nasional negaranya masing masing.²² Seiring dengan berkembangnya fenomena dalam hubungan internasional muncul berbagai macam bentuk diplomasi, seperti diplomasi kemanusiaan, diplomasi publik, termasuk pada diplomasi komersial. Dalam melihat fenomena kerja sama antara Pemerintah Indonesia dan Korea Selatan dalam menarik investasi perlu adanya alat bantu untuk menganalisis. Dalam hal ini, peneliti menggunakan konsep diplomasi komersial untuk menjawab pertanyaan penelitian.

1.7.1 Diplomasi Komersial

Tujuan negara untuk meningkatkan pertumbuhan perekonomian dengan menciptakan lapangan pekerjaan baru dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki mendorong pemerintah untuk melakukan diplomasi komersial.²³ Diplomasi didefinisikan sebagai cara yang digunakan negara mencapai tujuan kebijakan luar negerinya.²⁴ Perkembangan fenomena hubungan internasional membuat diplomasi dapat dilakukan dari berbagai bidang, misalnya dalam kebudayaan, pertahanan, dan ekonomi. Seperti halnya dalam bidang ekonomi ada berbagai bentuk diplomasi salah satunya adalah diplomasi komersial.

Diplomasi komersial erat kaitannya dengan diplomasi ekonomi, hal ini tidak terlepas dari faktor ekonomi yang ada pada upaya diplomasi yang dilakukan. Diplomasi komersial dan diplomasi ekonomi merupakan kegiatan yang terpisah

²² Umar Suryadi Bakry, *Dasar-dasar Hubungan Internasional*, 1 ed. (Jakarta: PT Desindo Putra Mandiri, 2017).

²³ Olivier Naray, "Commercial Diplomacy : A Conceptual Overview," 2008, 1–17.

²⁴ G. R. Berridge and Alan James, *A Dictionary of Diplomacy*, Palgrave Macmillan, Second Edi. (New York: Palgrave Macmillan, 2003).

namun saling terkait.²⁵ Diplomasi komersial bertujuan untuk mengeksploitasi keunggulan komparatif dan memanfaatkan peluang internasional yang diciptakan oleh diplomasi ekonomi.²⁶ Definisi diplomasi ekonomi dan diplomasi komersial sangat bervariasi. Diplomasi ekonomi secara luas diartikan sebagai sarana diplomasi yang digunakan untuk mencapai tujuan ekonomi dan kebijakan luar negeri.²⁷ Selain itu diplomasi ekonomi merupakan upaya untuk mengamankan kepentingan bangsa dan kepentingan ekonomi melalui sarana diplomasi.²⁸ Adanya interaksi global di bidang ekonomi mendorong negara untuk memanfaatkannya melalui diplomasi ekonomi. Diplomasi ekonomi adalah proses di mana negara menangani situasi global, untuk memaksimalkan keuntungan nasional mereka di semua bidang kegiatan pada dimensi bilateral, regional maupun multilateral.²⁹ Pada diplomasi komersial menekankan peran pemerintah untuk memberikan layanan kepada komunitas bisnis dan negara yang bertujuan untuk mengembangkan bisnis yang bermanfaat secara sosial. Selain itu diplomasi komersial menggambarkan upaya diplomasi untuk mendukung sektor bisnis negara asal yang bertujuan peningkatan ekonomi dan pembangunan nasional negara asal seperti, promosi investasi dan ekspor.³⁰ Dari dua pengertian diatas diplomasi komersial dan ekonomi saling keterkaitan dalam hal ekonomi namun memiliki proses yang berbeda,

²⁵ Potter, "Branding Canada: The renaissance of Canada's commercial diplomacy."

²⁶ Potter, "Branding Canada: The renaissance of Canada's commercial diplomacy."

²⁷ Maaïke Okano-Heijmans, "Conceptualizing economic diplomacy: the crossroads of international relations, economics, IPE and diplomatic studies," *The Hague Journal of Diplomacy* 6, no. 1–2 (2011): 7–36.

²⁸ M. Muller, "South Africa's Economic Diplomacy: Constructing a Better World for All?," *Diplomacy & Statecraft* 13, no. 1 (Maret 6, 2002): 1–30, <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/714000304>.

²⁹ Kishan S. Rana, "Economic diplomacy: a developing country perspective," in *Research Handbook on Economic Diplomacy* (Edward Elgar Publishing, 2018), 317–325.

³⁰ Raymond Saner dan Lichia Yiu, "International Economic Diplomacy : Mutations in Post-modern Times," *Netherlands Institute of International Relations "Clingendael,"* 2006.

dimana diplomasi ekonomi menekankan pada kebijakan negara secara luas sedangkan diplomasi komersial dapat memiliki tujuan perekonomian negara asal.

Selain itu Interpretasi konsep diplomasi komersial dapat dikategorikan menjadi dua yakni di tingkat makro dan mikro. Pada level makro diplomasi komersial disamaartikan dengan diplomasi ekonomi, diplomasi perdagangan, maupun diplomasi keuangan. Interpretasi di diplomasi komersial tingkat makro memiliki cakupan isu sangat luas dan umum meliputi kebijakan ekonomi, perjanjian perdagangan beserta implementasinya.³¹ Disisi lain pada interpretasi mikro, diplomasi koemrsial memiliki cakupan isunya lebih spesifik seperti pada dukungan yang diberikan oleh pemerintah kepada para pelaku bisnis dan keuangan dalam negeri.³² Salah satunya dukungan ini bertujuan untuk meningkatkan *foreign direct investment*.

Dalam mendeskripsikan diplomasi komersial yang dilakukan oleh Indonesia pada konteks penelitian peneliti, peneliti menggunakan interpretasi diplomasi komersial tingkat mikro. Hal ini dikarenakan interpretasi tingkat mikro dapat membantu peneliti dalam mengidentifikasi ide-ide pokok dari konsep diplomasi komersial itu sendiri secara spesifik. Olivier Naray mendefinisikan diplomasi komersial sebagai kegiatan diplomasi yang dilakukan oleh negara dalam rangka kegiatan diplomatik yang berkaitan dengan promosi bisnis (termasuk perdagangan, investasi, dan pariwisata) antara negara asal dengan negara tuan rumah yang bertujuan untuk mendorong perkembangan bisnis melalui serangkaian

³¹ Alexandre Mercier. 2007. "Commercial Diplomacy in Advanced Industrial States: Canada, the UK, and the US", dalam Discussion Papers in Diplomacy. Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael'

³² Michel Kostecki dan Olivier Naray. 2007. Commercial Diplomacy and International Business. Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael'. Hlm.2

kegiatan. Diplomasi komersial menekankan peran pemerintah kepada negara atau bisnis untuk promosi perdagangan, promosi investasi, dan kerja sama di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi.³³ Berbagai pihak yang terlibat dalam diplomasi komersial dari politisi tingkat tinggi seperti kepala negara, menteri atau anggota parlemen hingga utusan diplomatik dan atau pihak swasta.³⁴

Diplomasi komersial memanfaatkan sumber daya yang dimiliki sehingga dapat menjadi nilai tawar bagi negara pada aktivitas diplomasi. Diplomasi komersial memiliki tujuan untuk mengeksploitasi keunggulan komparatif dan memanfaatkan peluang internasional yang diciptakan oleh diplomasi ekonomi.³⁵ Diplomasi komersial adalah penggunaan alat-alat diplomasi untuk mencapai keuntungan komersial melalui promosi ekspor, menarik investasi asing ke dalam negeri, mengembangkan kesempatan investasi ke luar negeri, serta mendorong pemanfaatan alih teknologi.³⁶ Diplomasi komersial didefinisikan sebagai jaringan antara aktor negara dan swasta menggunakan saluran diplomatik untuk mengelola hubungan komersial seperti promosi investasi dan promosi ekspor.³⁷ Dapat ditarik kesimpulan dari definisi di atas bahwa diplomasi komersial merupakan upaya negara dengan memanfaatkan keunggulan komparatif dengan menggunakan saluran diplomatik sebagai bentuk dukungan pemerintah kepada pelaku usaha

³³ Olivier Naray, "Commercial diplomats in the context of international business," *The Hague Journal of Diplomacy* 6, no. 1-2 (2011): 121-148.

³⁴ Michel Kostecki dan Olivier Naray, "Commercial Diplomacy and International Business," *Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael'* (2007): 3-4.

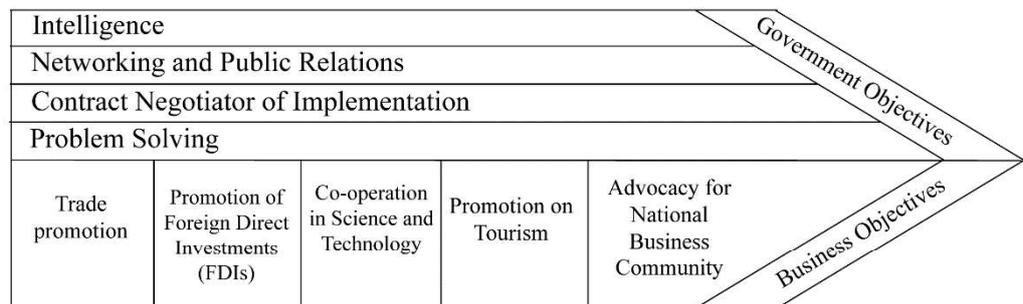
³⁵ Evan H. Potter, "Branding Canada: The renaissance of Canada's commercial diplomacy," *International Studies Perspectives* 5, no. 1 (2004): 55

³⁶ Evan H. Potter, "Branding Canada: The renaissance of Canada's commercial diplomacy," *International Studies Perspectives* 5, no. 1 (2004): 55

³⁷ Donna Lee, "The growing influence of business in U.K. diplomacy," *International Studies Perspectives* 5, no. 1 (2004): 50-54.

sehingga dapat meningkatkan investasi dalam negeri dan meningkatkan kesempatan bisnis melalui promosi.

Menurut Naray dan Kostecki dalam aktivitas diplomasi komersial ada dua kategori, yaitu bisnis dan pemerintah. Kategori aktivitas pertama adalah bisnis yang merupakan aktivitas utama dalam diplomasi komersial yang terdiri dari *trade promotion, promotion of Foreign Direct Investments (FDIs), cooperation in science and technology, promotion on tourism*, dan *advocacy for national business community*. Kategori aktivitas kedua adalah pemerintah, aktivitas diplomasi komersial pemerintah berperan sebagai pendorong pencapaian aktivitas utama dengan aktivitas dukungan yang terdiri, *intelligence, networking and public relations, contract negotiator of implementation*, dan *problem solving*.



Gambar 1 Aktivitas diplomasi komersial

Sumber : Michel Kostecki and Olivier Naray, 2007

Gambar di atas membagi *value chain commercial diplomacy* dalam dua kategori aktivitas, yaitu bisnis dan pemerintah. Pada kategori bisnis ada lima aktivitas utama diplomasi komersial yaitu *trade promotion, promotion of FDIs, cooperation in science & technology, promotion of tourism dan advocacy for national business community*. Pada kategori pemerintah ada empat aktivitas

pendukung yaitu *intelligent, networking & public relations, contract negotiator of implementation* dan *problem-solving*.³⁸

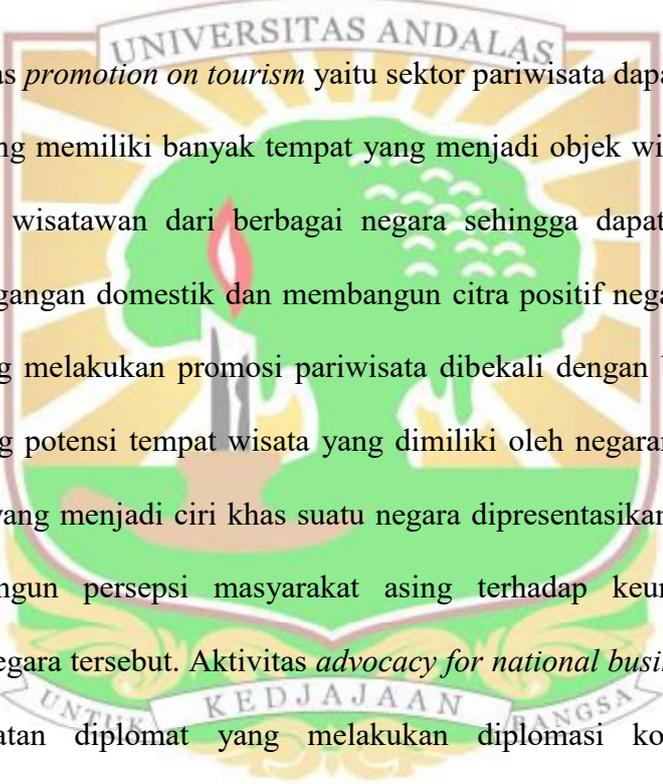
Pada aktivitas bisnis terdiri dari aktivitas *trade promotion* yang merupakan kebijakan perdagangan yang dapat mendukung perluasan pasar. Promosi perdagangan mencakup tugas-tugas seperti keterlibatan dalam pameran dagang, pameran, misi dagang, konferensi atau seminar dan promosi. Kebijakan perdagangan dapat mendukung perusahaan dalam negeri menggapai pasar yang lebih luas. Kotabe dan Czintoka membagi kegiatan promosi perdagangan menjadi dua agenda, yaitu penyampaian layanan dan pengembangan pasar. Agenda pertama, promosi perdagangan dilakukan dengan menawarkan layanan kepada eksportir dalam bentuk seminar, nasihat ekspor, konsultasi dan pembiayaan ekspor. Praktik promosi bisnis yang termasuk dalam agenda kedua meliputi penjualan pemasaran, menghadiri beberapa pameran perdagangan luar negeri, analisis pasar, dan pengiriman buletin ekspor.

Pada aktivitas *promotion of FDI*s yang merupakan adanya penanaman modal asing dapat meningkatkan perekonomian negara tuan rumah. Mendorong investasi biasanya dimulai dengan membangun citra positif ekonomi domestik dan menawarkan penawaran yang menarik kepada investor asing, yang keduanya bertujuan untuk menciptakan daya tarik bagi investor asing untuk mau menanamkan modalnya di dalam negeri. Indikator pada aktivitas ini adalah promosi investasi asing dengan membangun citra positif ekonomi domestik. Kehadiran investasi asing di dalam negeri diyakini dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi

³⁸ Michel Kostecki dan Olivier Naray, "Commercial Diplomacy and International Business," *Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael'* (2007). 8

dengan menciptakan lapangan kerja, meningkatkan perdagangan devisa, alih teknologi dan meningkatkan persaingan domestik.

Aktivitas *cooperation in science and technology* dilakukan melalui perkembangan teknologi yang dapat mendorong perubahan prioritas dalam aktivitas diplomasi komersial seperti pada kerja sama pengetahuan dan teknologi. Kerja sama pengetahuan dan teknologi dapat meningkatkan kapasitas bisnis karena sektor bisnis tidak terlepas dari kemajuan pengetahuan dan teknologi.



Aktivitas *promotion on tourism* yaitu sektor pariwisata dapat dimanfaatkan oleh negara yang memiliki banyak tempat yang menjadi objek wisata. Pariwisata dapat menarik wisatawan dari berbagai negara sehingga dapat meningkatkan aktivitas perdagangan domestik dan membangun citra positif negara tuan rumah. Para aktor yang melakukan promosi pariwisata dibekali dengan beragam materi promosi tentang potensi tempat wisata yang dimiliki oleh negaranya. Keindahan dan keunikan yang menjadi ciri khas suatu negara dipresentasikan dengan tujuan untuk membangun persepsi masyarakat asing terhadap keunggulan sektor pariwisata di negara tersebut. Aktivitas *advocacy for national business community* yaitu keterlibatan diplomat yang melakukan diplomasi komersial dalam memberikan advokasi kepada pihak komunitas bisnis nasional. Advokasi ini untuk kepentingan perusahaan nasional, asosiasi bisnis, dan mengenai pemerintah dari negara tuan rumah seperti proposal dan perjanjian dagang yang diajukan negara tuan rumah.

Kategori aktivitas diplomasi selanjutnya adalah kategori pemerintah yang menjadi aktivitas pendukung dari aktivitas utama. Dalam kategori aktivitas ini

terdiri dari. Aktivitas *intelligence* merupakan aktivitas untuk menemukan pasar yang cocok dari suatu bisnis salah satunya adalah dengan mendapatkan informasi yang tepat. Pencarian informasi terkait bisnis dari perusahaan negara asal dan negara tuan rumah termasuk dari aktivitas *intelligence*. Pencarian informasi seperti hukum, situasi politik perizinan, dan minat pasar menjadi hal yang penting dalam rangkaian.

Aktivitas *networking and public relations* yaitu adanya jaringan bisnis dapat meningkatkan potensi pasar yang dimiliki negara tuan rumah. Jaringan yang luas dapat meningkatkan promosi dagang sehingga meningkatkan permintaan pasar. Jaringan tidak terlepas dari upaya pemerintah dalam melakukan kerja sama baik dengan negara lain maupun pihak swasta. Sejalan dengan jaringan hubungan masyarakat menjadi bagian penting dalam meningkatkan citra negara sehingga dapat menarik investasi dan merealisasikan kepentingan negara.

Aktivitas *contract negotiator of implementation* yaitu aktivitas yang menyangkut perjanjian antara pelaku bisnis dan pemerintah dari *host country* dan *home country*. Dalam hal ini pemerintah memberikan dukungan penuh pada pihak bisnis untuk melakukan negosiasi kontrak dan pemerintah bertindak sebagai penasehat dalam negosiasi kontrak. Pada aktivitas *problem-solving*, tidak dapat dipungkiri aktivitas ekonomi dan hubungan bilateral dapat menimbulkan permasalahan. Pemecahan masalah menjadi bagian dari aktivitas diplomasi komersial dan juga membantu dalam menemukan solusi.

Diplomasi komersial menjadi alat bantu peneliti dalam menjawab pertanyaan penelitian. Kekayaan sumber daya alam dan kebijakan yang dikeluarkan

oleh Pemerintah Indonesia menjadi keunggulan komparatif yang dimiliki Indonesia dan situasi global yang mulai menggunakan energi alternatif yang lebih ramah lingkungan, sehingga menurut peneliti diplomasi komersial menurut Naray dan Kostecki dapat membantu peneliti menjawab pertanyaan dalam penelitian ini. Naray dan Kostecki menjelaskan aktivitas diplomasi komersial dalam dua kategori utama dan pelengkap sehingga dapat membantu peneliti dalam menggambarkan diplomasi komersial dari Indonesia untuk menarik investasi melalui aktivitas utama dan pendukung yang telah dijelaskan. Berkaitan dengan konteks penelitian dari peneliti, yang menjadi aktivitas utama dalam diplomasi komersial Indonesia terhadap Korea Selatan pada industri kendaraan listrik peneliti akan menentukan aktivitas utama dalam diplomasi komersial yang dilakukan oleh Indonesia.

1.8 Metode Penelitian

Metode merupakan cara sistematis terstruktur atau dikodekan untuk menguji teori.³⁹ Sedangkan penelitian adalah pencarian pengetahuan secara sistematis sehingga dapat meningkatkan pengetahuan. Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.⁴⁰ Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa diperlukan metode penelitian yang ilmiah dan terstruktur untuk dapat menjawab pertanyaan penelitian ini.

³⁹ Detlef F Sprinz dan Yael Wolinsky-Nahmias, *Models, Numbers, and Cases Methods for Studying International Relations*, ed. Detlef Sprinz dan Yael Wolinsky-Nahmias (Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, 2004), 10.

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 27 ed. (Bandung: CV. Alfabeta, 2018).

1.9 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan kualitatif peneliti gunakan untuk dapat menjawab pertanyaan penelitian. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang analisisnya berdasarkan data-data non-numerik berupa tulisan ilmiah dan laporan resmi yang hasilnya membentuk pola dari interaksi data kemudian menjadi dasar untuk menarik sebuah kesimpulan.⁴¹ Dalam penelitian ini bersifat deskriptif dan naratif karena karena dapat mendeskripsikan peristiwa atau kejadian-kejadian yang terjadi melalui data-data yang telah dikumpulkan.⁴² Pendekatan deskriptif-kualitatif yang peneliti gunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mengetahui secara mendalam mengenai diplomasi komersial yang dilakukan oleh Indonesia dalam menarik investasi dari Korea Selatan pada industri kendaraan listrik.

1.9.1 Batasan Penelitian

Peneliti membatasi isu penelitian ini pada diplomasi komersial Indonesia menarik investasi terhadap Korea Selatan pada industri kendaraan listrik. Pada batasan waktunya peneliti membatasi pada masa periode kepemimpinan Presiden Joko Widodo yaitu 2019-2022. Periode penelitian ini dipilih karena pada masa kepemimpinan Presiden Jokowi menekankan pendekatan ekonomi pada kebijakan luar negerinya sehingga mendorong negara untuk melakukan aktivitas ekonomi pada taraf internasional termasuk pada menarik investasi. Pada tahun 2019 Presiden Jokowi mengeluarkan peraturan presiden yang bertujuan untuk mempercepat pertumbuhan industri kendaraan listrik nasional. Selain itu dikeluarkan juga

⁴¹ Catherine Marshall and Gretchen B. Rossman, *Designing Qualitative Research, Issues in Applied Linguistics*, vol. 6 (SAGE Publications, Inc, 2016).

⁴² Umar Suryadi Bakry, *Metode Penelitian Hubungan Internasional*, III. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019).

peraturan yang mendorong hilirisasi tambang yang merupakan sumber daya alam yang dapat menjadi sumber utama produksi kendaraan listrik. Pada tahun 2019 mulai realisasi investasi yang dilakukan oleh HMC dan mulai pembangunan pabrik pada tahun 2020. Penelitian ini dibatasi hingga tahun 2022 karena terkait pengumpulan data yang dapat menggambarkan aktivitas diplomasi Indonesia.

1.9.2 Unit dan Tingkat Analisis

Unit analisis atau disebut juga variabel dependen merupakan unit yang dideskripsikan atau dijelaskan perilakunya dan unit eksplanasi atau disebut juga variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen.⁴³ Pada penelitian ini yang menjadi unit analisis adalah Indonesia, sementara itu unit eksplanasi dari penelitian ini adalah Investasi Korea Selatan pada industri kendaraan listrik Indonesia. Tingkat analisis negara merujuk pada tindakan pemerintah merupakan perwujudan dari kebutuhan dan nilai-nilai, dan juga pemimpin politik dari negara itu.⁴⁴ Tingkat analisis dari penelitian ini adalah level negara sehingga menekankan pada perilaku atau aktivitas negara bangsa.

1.9.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber daya yang berasal dari data sekunder. Sumber data sekunder menurut cara mendapatkannya yang didapatkan tidak dari sumber data langsung melainkan

⁴³ Laura Roselle, Sharon Spray, dan Joel T. Shelton, *Research and Writing in International Relations*, Third. (New York: Routledge, 2019), 11.

⁴⁴ Mohtar Mas'ud, *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*, I. (Jakarta: LP3ES, 1990), 47.

melalui sumber publik maupun orang lain.⁴⁵ Peneliti mengumpulkan dokumen penelitian, publikasi dan laporan-laporan sebelumnya yang dapat digunakan sebagai sumber yang relevan dengan penelitian yang dilakukan.

Pada kerangka konsep terdapat beberapa aktivitas yang menjadi rujukan peneliti untuk mengumpulkan data. Peneliti menggunakan aktivitas utama adalah mempromosikan investasi asing atau *promotion of FDI*s akan diambil pada laman resmi Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia <https://kemlu.go.id> dan Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) <https://www.bkpm.go.id/>. Serta pada Ease of Doing Business (EODB) adalah indeks kemudahan berbisnis di suatu negara. Data ini disediakan dari Bank Dunia di laman Doing Business.

Pada aktivitas *cooperation in science and technology* data yang dikumpulkan terkait perkembangan teknologi dan aktivitas kerja sama dalam bidang pengetahuan dan teknologi terkait perkembangan industri kendaraan listrik. Data dikumpulkan dari publikasi dari laman resmi Gaikindo <https://www.gaikindo.or.id/>, laman resmi LIPI <http://lipi.go.id/>. Serta publikasi dari laman berita baik nasional maupun internasional. Pada aktivitas *promotion on tourism* data yang dikumpulkan terkait kegiatan promosi wisata yang dilakukan oleh Pemerintah Indonesia sehingga dapat membangun citra yang positif. Data dikumpulkan dari laman resmi seperti Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia <https://www.kemenparekraf.go.id/>.

Pada aktivitas *intelligence* berkaitan dengan penggalian informasi terkait membangun bisnis seperti, laporan tentang kesempatan bisnis, pengembangan

⁴⁵ Uma Nath Baral, “‘Research Data’ in Social Science Methods,” *Journal of Political Science* 17 (2017): 82–104.

proyek atau kebutuhan perusahaan, informasi terkait peraturan yang mempengaruhi kegiatan bisnis, dan sebagainya. Untuk mendapatkan data ini peneliti mengambil dari peraturan-peraturan pemerintah yang mendukung industri kendaraan listrik seperti, Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 74 tahun 2021, Peraturan Presiden No 55 Tahun 2019 tentang Program Percepatan Kendaraan Bermotor Listrik (KBL) Berbasis Baterai untuk Transportasi Jalan. Peraturan Menteri Perindustrian (Permenperin) No 36 Tahun 2021 tentang Kendaraan Emisi Karbon rendah (Low Carbon Emission Vehicle), dan Permenperin No 7 tahun 2022 tentang Keteruraian CKD-IKD KBL Berbasis Baterai. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 150/PMK.010/2018 Tentang Pemberian Fasilitas Pengurangan Pajak Penghasilan Badan yang diunggah pada <https://peraturan.bpk.go.id/>.

Aktivitas *networking and public relations* yang berkaitan dengan bagaimana pemerintah membangun hubungan dengan pihak lain baik negara maupun swasta. Data yang akan dikumpulkan terkait kunjungan pimpinan negara Indonesia ke Korea Selatan terkait kerja sama Industri kendaraan listrik yang diberitakan oleh media Internasional seperti, Reuters, CNN, dan CNBC. Pada indikator *contract negotiator of implementation* akan membahas mengenai negosiasi yang dilakukan oleh Indonesia dan Korea Selatan. Untuk mendapatkan data pada aktivitas ini peneliti mengambil dari laman resmi Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia Indonesia <https://kemlu.go.id> dan laman resmi BPKM <https://www.bkpm.go.id/> yang mempublikasikan negosiasi yang dilakukan oleh kedua belah pihak.

Aktivitas *problem-solving* terkait dengan upaya dari Pemerintah Indonesia untuk mengatasi terjadinya potensi masalah investasi pada industri kendaraan

listrikdi Indonesia. Kebijakan dan peraturan dari *host country* dalam menyelesaikan masalah sangat dibutuhkan dalam hal ini Pemerintah Indonesia memiliki hukum penanaman modal yang dapat menjadi rujukan dalam penyelesaian masalah yang mana akan peneliti ambil untuk menjadi data.

1.9.4 Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan selanjutnya dianalisis sehingga dapat menghasilkan penelitian yang sistematis sehingga diperlukan teknik analisis data. Teknis analisis data kualitatif menurut Miles, Huberman dan Saldana memiliki tiga tahapan yaitu, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi⁴⁶. Adapun tahapannya sebagai berikut:

1. Pada tahap pertama peneliti melakukan kondensasi data. Pada tahapan ini analisis data yang mengacu pada proses pemilihan, pemfokusan, pepadatan dan penyederhanaan data yang dikumpulkan dari berbagai macam sumber. Peneliti melakukan pemilihan data berdasarkan kata kunci seperti investasi, industri kendaraan listrik, kerja sama, promosi investasi, dan peraturan kendaraan listrik.
2. Penyajian data, data yang telah di kondensasi ditampilkan secara teroganisir dan telah di kondensasi sehingga dilakukan penarikan hubungan antara data yang ditampilkan dengan kerangka konsep yang digunakan. Data-data di disajikan berdasarkan kategori utama dan pelengkap dari konsep diplomasi komersial. Untuk meminimalisir

⁴⁶ Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook*, Arizona State University, Third Edit. (Arizona: Arizona State University, 2006), 32.

kesalahan data-data yang disajikan sebelumnya dilakukan triangulasi dengan mencocokkan pola dari berbagai data yang.⁴⁷ Setelah itu data ditampilkan berdasarkan kategori utama atau penjelas sehingga acuan dari kerangka konsep terlihat dan dapat memperlihatkan aktivitas-aktivitas diplomasi komersial yang dilakukan oleh Indonesia

3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi, data-data yang telah ditampilkan berdasarkan kategori ditarik kesimpulannya yang kemudian dapat menjawab penelitian mengenai diplomasi komersial Indonesia dalam menarik investasi dari Korea Selatan pada industri kendaraan listrik Indonesia.

1.10 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Pada bab I berisi tentang pendahuluan yang akan membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi pustaka, penjabaran kerangka konsep yang digunakan dalam penelitian, kemudian metode penelitian meliputi jenis penelitian, batasan masalah, unit dan tingkat analisis, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan sistematika penulisan.

Bab II Kerja Sama Ekonomi Indonesia dan Korea Selatan

⁴⁷ Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook*, Arizona State University, 33.

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan mengenai hubungan bilateral antara Indonesia dan Korea Selatan khususnya pada kerja sama ekonomi. Kemudian akan dijabarkan mengenai aktivitas investasi yang telah dilakukan antara Indonesia dan Korea selatan.

Bab III Perkembangan Industri Kendaraan Listrik Indonesia

Pada bab ini peneliti akan memaparkan apa yang telah dilakukan Pemerintah Indonesia untuk membangun industri kendaraan listrik. Kemudian akan dijabarkan sumber daya yang dimiliki Indonesia untuk dapat memproduksi kendaraan listrik.

Bab IV Upaya Diplomasi Komersial Indonesia Menarik Investasi dari Korea Selatan Pada Industri Kendaraan listrik Indonesia

Pada bab ini peneliti akan mengaplikasikan konsep diplomasi komersial. Peneliti akan menganalisis masalah penelitian dengan memanfaatkan data yang telah dikumpulkan sehingga dapat mendeskripsikan upaya Indonesia dalam menarik investasi dari Korea Selatan pada industri kendaraan listrik Indonesia.

Bab IV Penutup

Pada bab ini peneliti akan memaparkan kesimpulan dari keseluruhan pada pembahasan bab-bab sebelumnya dan juga terdapat saran dari peneliti untuk pembaca dan bagi peneliti selanjutnya untuk melanjutkan penelitian ini agar lebih baik, serta daftar pustaka.