

Pemanfaatan e-SKA sebagai Peluang Perluasan Akses Pasar Ekspor ke Chile

Nurul Istiqomah

Kementerian Perdagangan

e-mail : nu.istiqomah@yahoo.co.id

Abstrak

Perjanjian Kerja Sama Ekonomi Komperhensif Indonesia Chile atau *Indonesia-Chile Comprehensive Economic Partnership Agreement (IC-CEPA)* berlaku mulai Agustus 2019. Perjanjian ini menyepakati preferensi tarif 0% pada kurang lebih 6.704 produk ekspor Indonesia ke Chile. Penelitian ini membahas mengenai apa tantangan dan peluang dalam mengakses pasar Chile serta bagaimana pelaku usaha dapat memanfaatkan kerjasama IC-CEPA. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan studi literatur dan analisa data sekunder terkait subjek penelitian. Tantangannya adalah tingginya persaingan pasar, budaya yang mementingkan kontak langsung (*direct contact*), kendala bahasa, perijinan usaha yang lama, serta hambatan dokumen dan sertifikasi produk. Peluang pasar Chile adalah terbukanya pemain swasta untuk proyek-proyek pemerintah, negara Chile sebagai hub untuk ekspor ke negara Amerika latin lainnya, peluang pada produk-produk natural dan alami, serta pasar sangat terbuka pada produk *outdoor* dan olahraga, dsb. Untuk mendapatkan preferensi tarif 0% pada produk-produk perikanan, pertanian, dan manufaktur, pelaku usaha dapat membuat surat keterangan asal (SKA) khusus formulir IC-CEPA. Permohonan dan penerbitan SKA ini dapat melalui elektronik atau e-SKA. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah analisa lebih lanjut pada spesifik produk utama dan potensial, misal tantangan dan peluang pada produk alas kaki, pakaian, produk organik, dan lainnya.

Kata Kunci: chile, akses pasar, e-SKA, ekspor, tantangan, peluang

Expanding Market Access Opportunity in Chile; Utilizing e-SKA

Abstract

The *Indonesia-Chile Comprehensive Economic Partnership Agreement (IC-CEPA)* implemented on August 2019. Indonesia get 0% tariff preference on approximately 6.704 products export to Chile. The aim of this paper is to describe the challenges and opportunities in accessing the Chilean market and how exporter can get advantage from IC-CEPA. Research method of this paper is descriptive qualitative through studying relevant literatures and secondary data analysis related to the research subject. The result show that a very high market competition, culture that emphasizes direct contact, language barriers, conservative of doing bussiness, and product certification requirement are some challenges when entering the market. On the other side, the opportunity is openness for private sector to government procurement, Chile act as a hub for exports to other Latin American countries, opportunities for organic and natural products, outdoor and sports products, etc. To get a tariff preference 0% on fisheries, agricultures and manufactures products, exporter can apply a Certificate Of Origins (COO), type IC-CEPA form. Request and approval of this COO can be via electronic or e-COO. Recommendation for further research is to make analysis on specific main and potential products, such as challenges and opportunities in footwears, textiles, organic products, etc.

Keywords: chile, market access, e-COO, export, challenge, opportunity

KONFERENSI NASIONAL ILMU ADMINISTRASI

A. PENDAHULUAN

Pada bulan Agustus 2019, Perjanjian Kerja Sama Ekonomi Komprehensif Indonesia Chile (IC-CEPA) mulai diberlakukan. Indonesia dan Chile berkomitmen untuk menghilangkan tarif bea masuk secara bertahap. Chile menghapus tarif terhadap 89,6% atau sejumlah 7.669 produk dari 8.559 pos tarif yang ada. Dari 7.669 tersebut, 6.704 produk langsung mendapat tarif 0% sementara 965 pos tarif akan dihapus secara bertahap hingga 6 tahun ke depan. Selain itu, Indonesia berkomitmen menghapus tarif terhadap 9.308 produk Chile yang masuk ke Indonesia (Biro Humas Kemendag, 2019).

Mengawali terlaksananya kerjasama perdagangan komprehensif tersebut, terdapat peluang bagi para pelaku usaha, khususnya para UMKM untuk turut aktif mengambil manfaat dari kerjasama tersebut, misalnya memperluas jangkauan pasar ekspor ke negara Chile. Kementerian Perdagangan optimis kerjasama perdagangan antar kedua negara ini akan menguntungkan kedua belah pihak karena jenis-jenis produk dalam perdagangan Indonesia dan Chile bersifat komplementer, yang membawa keuntungan tidak hanya bagi eksportir, tetapi juga pelaku usaha dan konsumen domestik Indonesia. Beberapa dampak positif yang dapat langsung dirasakan yaitu sumber bahan baku dengan tarif 0%; mendukung industri hotel, restoran, dan katering (horeka); dan menambah pilihan produk berkualitas (Biro Humas Kemendag, 2019).

Terkait dengan perluasan pasar ekspor ke luar negeri, menurut Keagan dan Green (2013), faktor-faktor penghambat pelaku usaha adalah kurangnya pemahaman akan pengetahuan ekspor, kurangnya pemahaman peluang pasar dan mispersepsi terhadap pasar tersebut, serta kurangnya sumber daya internal yang terkait ekspansi ke luar (produksi, SDM, modal, dsb). Hill dan Hult (2019) menjelaskan bahwa perusahaan yang ingin melakukan bisnis di luar negeri harus menentukan pilihan, yaitu pasar mana yang akan dimasuki, kapan, dan seberapa besar. Dan dasar dari penentuan tersebut

adalah mengetahui potensi negara tujuan. Potensi ini terdiri dari beberapa faktor, seperti situasi ekonomi dan politik, besar pasar, kemudahan melaksanakan bisnis, budaya, dan kondisi sosial.

Adapun permasalahan yang akan dibahas pada tulisan ini adalah (1) apa tantangan dan peluang dalam mengakses pasar Chile?, dan (2) bagaimana UMKM orientasi ekspor dapat memanfaatkan kerjasama IC-CEPA?. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tantangan dan peluang para pelaku usaha khususnya UMKM dalam memasuki pasar Chile yang telah dibuka fasilitas perdagangannya oleh pemerintah melalui implementasi perjanjian Indonesia-Chile CEPA. Manfaat praktis yang didapat dari

artikel ini adalah terdapatnya informasi terkait karakteristik pasar Chile serta langkah yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha guna memanfaatkan perjanjian kerjasama IC-CEPA dalam mengakses pasar Chile.



B. PEMBAHASAN

Profil Negara Chile

Chile adalah negara republik yang menyatakan kemerdekaannya pada tanggal 12 Februari tahun 1818. Negara jajahan spanyol ini memiliki jumlah penduduk sebanyak 17,9 juta jiwa dengan Bahasa mayoritas adalah Bahasa Spanyol. Negara yang beribukota Santiago ini memiliki luas daratan terbesar di urutan ke 38 di dunia, atau kurang lebih sama dengan pulau Kalimantan (Wikipedia, 2019). Negara Chile merupakan negara terpanjang di dunia dengan iklim bervariasi mulai dari gurun, mediterania, dan iklim lautan di sisi selatan. Chile memiliki letak strategis yakni berbatasan langsung dengan tiga negara, antara lain: Argentina, Peru dan Bolivia. Chile juga memiliki pelabuhan skala internasional yang terhubung dari Utara ke Selatan seperti: San Antonio, Iquique, Valparaiso, Punta Arenas, dan Arica.

Mayoritas penduduknya beragama katolik

KONFERENSI NASIONAL ILMU ADMINISTRASI

(66.7%) dengan etnis terbesar kulit putih amerika latin (88.9%). Demografi penduduk diwarnai dengan mayoritas penduduk usia produktif (42.94%) dengan tingkat kelahiran dan kematian yang rendah. Sedangkan kepadatan penduduknya berpusat di sekitar ibukota, Santiago, dengan 90% populasi berada disana dan populasi urbannya sekitar 87.6%. Budaya negara ini didominasi oleh budaya Spanyol, dimana penduduk sana lebih senang berinteraksi, berkumpul, dan mengadakan perayaan atau festival. Selain itu, Orang Chile gemar berolahraga dan salah satu olah raga yang paling diminati adalah sepak bola.

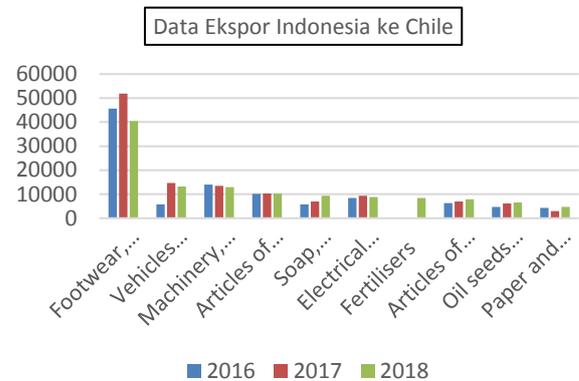
Chile adalah salah satu negara yang paling makmur dan paling stabil di Amerika Selatan, terdepan dalam hal pembangunan manusia, daya saing, pendapatan per kapita, globalisasi, kebebasan ekonomi, dan persepsi korupsi yang rendah (Wikipedia.id, 2019). Negara yang bermata uang Peso ini, menempati peringkat teratas di antara negara-negara Amerika Latin lainnya. GDP per kapita pada tahun 2018 sebesar USD 15.087/tahun. Dengan struktur GDPnya berasal dari sektor jasa (63%), disusul dengan sektor industry (32.8%), dan sektor pertanian (4.2%). Chile juga satu-satunya negara yang bergabung dalam *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) (Dir. Perundingan Bilateral, 2019).

Dalam hal ekspor impor, produk utama yang dieskpor adalah tembaga (produsen terbesar di dunia), buah-buahan, produk ikan, kertas dan pulp, bahan kimia, dan anggur. Partner ekspor utama adalah China (27.5%), Amerika (14.5%), Jepang (9.3%), Korea Selatan (6.2%), dan Brazil (5%). Sedangkan komoditas impor terbesar adalah minyak bumi dan produk minyak bumi, bahan kimia, peralatan listrik dan telekomunikasi, mesin industri, kendaraan dan gas alam. Partner impor utama adalah China (23.9%), Amerika (18.1%), Brazil (8.6%), Argentina (4.5%), dan Jerman (4%) (CIA. 2019).

Data Perdagangan Indonesia-Chile

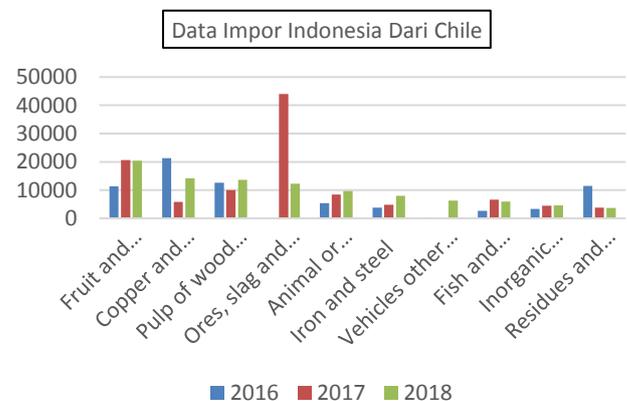
Berdasarkan data dari International Trade Center (2019), profil data perdagangan ekspor Indonesia ke Chile tiga tahun

terakhir adalah sebagai berikut:



Sumber: www.trademap.org. Data dalam Ribuan USD

Dari grafik di atas dapat dilihat bahwa mayoritas ekspor didominasi oleh alas kaki dan turunannya (40.428/2018), kemudian kendaraan bermotor (13.212/2018), mesin dan peralatan mekanik lainnya (12.893/2018), pakaian (10.277/2018), dan sabun dan produk lainnya (10.277/2018), dst. Sedangkan data impor dari Chile ke Indonesia tiga tahun terakhir adalah sebagai berikut:



Sumber: www.trademap.org. Data dalam Ribuan USD

Berbeda dengan ekspor, komposisi impor Indonesia didominasi oleh produk-produk buah dan kacang (203.382/2018), tembaga (14.233/2018), pulp kayu (13650/2018), biji mineral (12264/2018), dan minyak nabati (9700/2018), dsb.

Kerjasama IC-CEPA

Indonesia – Chile CEPA adalah persetujuan kemitraan ekonomi komprehensif antara Indonesia dengan Chile, dengan prinsip dasar kemitraan yang saling

KONFERENSI NASIONAL ILMU ADMINISTRASI

menguntungkan (Win-Win) secara berimbang. Kemitraan ini akan memperkuat hubungan ekonomi Indonesia dan Chile yang akan mendorong pembukaan akses pasar yang lebih luas, peningkatan ekspor barang dan jasa, menarik investasi, dan program-program kerja sama. Dari Perjanjian Kerja Sama Ekonomi Komprehensif Indonesia Chile (IC- CEPA) disepakatilah produk-produk yang mendapat tarif 0%, sebagai berikut:

1. Indonesia mendapatkan tarif 0% untuk produk-produk; (1) pertanian; rempah-rempah, sarang burung walet, kopra, sayur, dan buah tropis, (2) perikanan; belut, lele, tiram, gurita, dan mentimun laut, (3) produk manufaktur; bola, otomotif, produk kertas, furniture, dan (4) lainnya; seperti produk makanan minuman, baterai, dan tas kulit. Sedangkan Chile akan mendapat tarif 0% pada produk (1) pertanian dan perikanan seperti aprikot, anggur, sotong, dan kerang; (2) produk pertambangan seperti tembaga, minyak bumi, dan gas batu bara; serta (3) produk industri seperti kayu gergaji, bahan kimia, dan kendaraan bermotor
2. Chile mendapatkan tarif 0% untuk ekspor ke Indonesia untuk produk-produk: (1) pertanian; aprikot, anggur, sotong, kerang, apel, stroberi, blueberi, rasberi, (2) perikanan; ubur-ubur, tiram, tuna, udang, kerang abalon, teripang, (3) pertambangan; tembaga, minyak bumi, gas batubara, logam mulia, bijih tembaga, bijih nikel, bijih kobalt, bijih aluminium, bijih seng, bijih timah. (4) kayu gergaji, bahan kimia, kendaraan bermotor (tipe angkut barang), jus buah, pupuk, kertas, emas, perak, *ferro alloy*.

Tantangan Memasuki Pasar Chile

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, Chile adalah negara besar yang memiliki potensi ekonomi khususnya potensi ekspor Indonesia ke Chile, baik pasar langsung maupun pasar penghubung; potensi ke negara Amerika Latin lainnya yang mempunyai perjanjian tarif 0% dengan Chile maupun ke negara yang berbatasan langsung namun tidak memiliki akses

pelabuhan laut. Meski demikian, pelaku ekspor tidak langsung mendapatkan kemudahan untuk memasuki pasar Chile. Pelaku usaha perlu memahami hambatan non tarif dan mempelajari persyaratan pasar Chile agar dapat penetrasi pasar dengan mudah.

1. Tantangan terbesar memasuki pasar Chile adalah terbukanya perdagangan dan investasi secara bebas yang membuat persaingan pasar sangat tinggi, banyak perusahaan asing yang membuka bisnis di Chile. Produk elektronik, rumah tangga, dan otomotif banyak didominasi dari China, Amerika, Eropa, Taiwan, India, dan Korea Selatan. Dalam kasus Indonesia, berdasarkan data yang diambil dari trademap, produk ekspor utama Indonesia yaitu Sepatu Olahraga (alas kaki) memiliki pesaing utama yaitu Vietnam, China, Belgia, dan India.
2. Membangun hubungan interpersonal yang baik merupakan nilai yang sangat penting bagi orang Chile. Oleh karena itu, langkah penting yang harus dilakukan oleh pelaku usaha adalah bagaimana menemukan partner kerjasama bisnis yang tepat di sana. Selain itu, kunjungan kesana dan memperkenalkan diri serta bisnis yang dijual merupakan hal yang penting dalam membangun hubungan dan kepercayaan. Survei pasar yang dilakukan oleh Kedutaan Amerika menyebutkan bahwa amat sulit bagi pelaku asing apabila berbisnis tanpa memiliki perwakilan langsung atau partner lokal. Pemilihan agen atau distributor perwakilan dapat membuka jalan bisnis dan mengatasi hambatan peraturan, budaya, dan bahasa. Jadi dapat disimpulkan strategi memasuki pasar adalah dengan mengunjungi negaranya, membangun hubungan baik, dan menggunakan agen atau perwakilan lokal
3. Kendala bahasa. Kurang dari 5% penduduk bisa berbahasa Inggris, oleh karena itu memahami dan menguasai bahasa Spanyol merupakan hal yang mendukung kelancaran bisnis.
4. Karakter budaya kekeluargaan yang

KONFERENSI NASIONAL ILMU ADMINISTRASI

sangat kental, membuat adanya praktek-praktek nepotisme dan kolusi. Terdapat beberapa perusahaan keluarga dan sekelompok tertentu yang menguasai bisnis di Chile. Selain itu, meski pertumbuhan GDP per kapitanya tinggi dalam beberapa tahun terakhir, terdapat kesenjangan ekonomi terparah, bahkan urutan ketiga tertinggi diantara negara OECD (OECD, 2019)

5. Pada tahun 2018, kemudahan melakukan bisnis di Chile berada pada rangking ke 56 dari 190 negara, sedangkan Indonesia berada pada urutan ke 73 (tradingeconomics.com, 2019). Membuka bisnis di Chile membutuhkan kesabaran dan toleransi keterlambatan terkait dengan penyelesaian dokumen administrasi dan perijinan. Untuk mempercepat proses investasi, pada tahun 2018 Presiden Chile membuat Lembaga yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan meningkatkan koordinasi untuk proyek investasi yang besar.
6. Dari sisi persyaratan dokumen, Sertifikasi dan dokumen yang dipersyaratkan masih terbilang umum, seperti *Invoice*, Surat Keterangan Asal, *Bills of Landung*, *Freight Insurance*, dan *Packing Lists*. Persyaratan lain seperti *sanitary and phytosanitary certificates* dibutuhkan pada mayoritas produk pertanian. Untuk produk makanan, ada beberapa persyaratan dokumen serta uji produk yang harus dilalui. Selain itu untuk semua label dipersyaratkan menggunakan bahasa Spanyol.

Peluang Memasuki Pasar Chile

Meski dihadapkan pada tantangan dalam membuka pasar, Chile tetaplah negara yang berpotensi dan layak untuk diakses pasarnya.

1. Chile terkenal dengan negara yang paling stabil, terbuka, dan kompetitif. Chile ahli dalam melibatkan sektor swasta pada proyek-projeck publik dan infrastruktur. Chile telah memprivatisasi banyak infrastruktur dan pelayanan dasar, seperti pelabuhan, jalan tol, transportasi, dan perusahaan

air. Privatisasi juga dilakukan pada sektor Pendidikan, kesehatan, lembaga keuangan pensiun, dan pemasyarakatan. Beberapa tender besar banyak dibuka di sana.

2. Saat ini Chile khususnya perusahaan retail, tambang, dan pertanian banyak tertarik membuka bisnis di Peru. Chile juga salah satu negara Amerika latin yang menjadi investor terbesar di Brazil. Hal ini bisa menjadi peluang bagi pelaku usaha untuk mengeksport produk ke Brazil dan Peru melalui Chile. Sebagai contoh, dari data trademap.org, kendaraan bermotor adalah salah satu 8 terbesar jumlah eksportnya dari Chile ke Brazil. Sedangkan kendaraan bermotor adalah produk ekspor terbesar kedua dari Indonesia ke Chile. Maka peluang ekspor kendaraan bermotor dapat lebih besar lagi dengan adanya kerjasama IC-CEPA ini.
3. Peluang produk organik. Saat ini di masyarakat Chile, khususnya konsumen usia 30-50 tahun, mempunyai kesadaran yang meningkat pada gaya hidup dan budaya hidup sehat. Kegiatan seperti olahraga, diet, dan mengkonsumsi makanan sehat terus populer. Pasar yang sedang meningkat adalah produk organik dan alami, suplemen nutrisi dan jus sehat.
4. Peluang Produk *Outdoor*. Masyarakat Chile lebih memilih wisata domestik daripada berpergian ke luar negeri. Negara yang indah dan kaya akan geografis alam membuat masyarakat senang melakukan kegiatan *outdoor* seperti berburu, mendaki gunung, berkemah, dan kegiatan *outdoor* lainnya. Oleh karena itu, produk *sport footwear* dan *outwear* banyak diimpor oleh Chile.
5. Peluang melakukan pemasaran langsung (*Direct Marketing*). Dengan komposisi mayoritas penduduk dengan usia muda dan produktif, belanja *online* dan penjualan melalui internet meningkat cepat pada beberapa tahun terakhir. Dalam 6 tahun terakhir penjualan online meningkat lebih dari tiga kali lipat dan diprediksi meningkat

KONFERENSI NASIONAL ILMU ADMINISTRASI

20-30% per tahunnya. Pemasaran langsung ini berkembang baik pada sektor jasa, khususnya di perbankan dan telekomunikasi (export.gov, 2019).

6. Dalam hal penjualan, pertimbangan harga menjadi hal utama dalam pengambilan keputusan pembelian. Oleh karena itu, untuk unggul dalam persaingan pasar terbuka, kesesuaian harga dengan kualitas dan ketangguhan produk, dukungan kepada konsumen juga merupakan kunci penting dalam keberhasilan penjualan.

Pemanfaatan e-SKA

Untuk memanfaatkan peluang kerjasama IC-CEPA, pelaku usaha dapat memperoleh tarif preferensi 0% dengan menggunakan Surat Keterangan Asal Indonesia (SKA) atau *Certificate of Origin Form* (COO) IC-CEPA saat berekspor. Surat Keterangan Asal adalah dokumen yang membuktikan bahwa barang ekspor Indonesia telah memenuhi Ketentuan Asal Barang Indonesia (*Rules of Origin of Indonesia*). Sesuai dengan Permendag No. 59/2019 tentang Perubahan Kedua atas Permendag No. 24/2018 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Keterangan Asal Barang Untuk Barang Asal Indonesia, saat ini pengajuan dan penerbitan SKA dapat melalui sistem elektronik SKA (e-SKA). SKA diterbitkan oleh instansi penerbit (IPSKA) yang ditunjuk oleh Menteri dan diberi kewenangan untuk menerbitkan SKA. SKA dapat diperoleh dari Instansi Penerbit SKA (IPSKA) yang tersebar di Kota, Kabupaten dan Provinsi di Indonesia. Adapun tahap pengajuannya adalah pelaku usaha mendaftar terlebih dahulu di laman www.e-ska.kemendag.go.id. Proses ini mencakup registrasi secara online oleh eksportir, verifikasi dokumen registrasi, dan approval data registrasi. Selanjutnya setelah proses registrasi, eksportir mengajukan Permohonan SKA. Formulir yang diajukan adalah form IC-CEPA. Untuk daftar lengkap IPSKA serta informasi permohonan e-SKA dapat dilihat di web e-ska.kemendag.go.id.

C. PENUTUP DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa banyak peluang dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha yang akan berniat ekspor ke pasar Chile. Tantangan yang dihadapi adalah besar dan tingginya persaingan pasar dengan negara lain, perlunya kontak langsung dalam membuka bisnis, kendala bahasa, persaingan bisnis yang berpotensi kolusi, perijinan bisnis yang masih lama, serta hambatan dokumen dan sertifikat produk yang harus dimiliki oleh eksportir. Sedangkan peluang yang dapat diambil dari pasar Chile adalah terbukanya sektor swasta untuk proyek-proyek pemerintah, perusahaan Chile banyak yang membuka bisnis dan inventasi dengan negara sekitar yang dapat dijadikan peluang bagi Indonesia untuk memberikan *supply* produk potensial, peluang pada produk-produk natural, alami yang berkaitan pada gaya hidup sehat, serta pasar sangat terbuka pada produk outdoor dan olahraga. Selain itu potensi melaksanakan program direct marketing khususnya melalui digital marketing serta memenangkan pasar melalui penentuan harga yang terjangkau dan bersaing.

Cara pelaku usaha mendapat keuntungan IC-CEPA adalah dengan membuat surat keterangan asal khusus IC-CEPA (formulir IC-CEPA). Permohonan dan penertbitan SKA ini dapat melalui elektronik atau e-SKA. Dengan memiliki SKA formulis IC-CEPA tersebut, pelaku usaha mendapatkan preferensi tarif 0% pada produk-produk perikanan, pertanian, dan manufaktur.

Rekomendasi

Saran dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah pembahasan lebih lanjut pada spesifik produk utama dan potensial, misal tantangan dan peluang pada produk alas kaki, perikanan, pakaian, produk organik, dsb. Selain itu, penelitian lebih lanjut sebaiknya membahas mengenai hambatan pada penggunaan e-SKA bagi pelaku usaha di seluruh Indonesia.

KONFERENSI NASIONAL ILMU ADMINISTRASI

REFERENSI

Biro Humas Kemendag. 2019. *Terobosan Dagang, Indonesia-Chile CEPA Resmi Berlaku 10 Agustus 2019*.
<https://www.kemendag.go.id/id/news/2019/08/05/terobosan-dagang-indonesia-chile-cepa-resmi-berlaku-10-agustus-2019>

CIA. 2019. *The World Factbook; Chile*.
<https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/ci.html>.

Dit. Perundingan Bilateral. 2019. *Factsheet Indonesia-Chile Comprehensive Economic Partnership Agreement*. Kementerian Perdagangan

Hill, Charles & Hult, G. Tomas. 2019. *International Business: Competing In The Global Marketplace*, 12th Ed. McGraw-Hill Education

ITC. 2019. *Export Potential Map Indonesia-Chile*.
<https://exportpotential.intracen.org/#/products/tree-map?fromMarker=i&exporter=360&toMarker=j&market=152>

ITC. 2019. *Bilateral trade between Indonesia and Chile*.
https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=1%7c360%7c%7c152%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1%7c

Keegan, WarrenJ & Green, Mark. 2013. *Global Marketing*, 7th Ed. Pearson Education, Inc

OECD. 2019. *Income Inequality (indicator)*.
doi: 10.1787/459aa7f1-en

Trading Economics. 2019. *Ease of Doing Business in Chile*.
<https://tradingeconomics.com/chile/ease-of-doing-business>

U.S. Department of Commerce's International Trade Administration. 2018. *Chile Country Commercial Guide*.

<https://www.export.gov/article?id=Chile-Market-Opportunities>

Wikipedia. 2019. *Chile*.
<https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Chile&oldid=15214677>.

Permendag RI Nomor 59/2019 tentang 2019 tentang *Perubahan Kedua atas Permendag No. 24/2018 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Keterangan Asal Barang Untuk Barang Asal Indonesia*.