

# UPAYA CINA DALAM MENINGKATKAN EKSPOR BATIK KE INDONESIA SETELAH ASEAN CHINA FREE TRADE AGREEMENT 2010

Cicilia Septi Dwijayanti,<sup>1</sup> Ni Wayan Rainy Priadarsani,<sup>2</sup> Anak Agung Ayu Intan Parameswari<sup>3</sup>

<sup>123</sup>) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: [dwijayanticicilia@gmail.com](mailto:dwijayanticicilia@gmail.com), [rainypriadarsini@yahoo.com](mailto:rainypriadarsini@yahoo.com),<sup>2</sup>  
[prameswari.intan@gmail.com](mailto:prameswari.intan@gmail.com)<sup>3</sup>

## ABSTRACT

*This research explains the increase of Chinese batik exports to Indonesia after ACFTA 2010-2018. This study theoretically uses the conceptual framework of the competitive advantage of the Diamond Model from Michael E. Porter. The competitive advantage of batik products is an important factor for China in the bilateral trade between Indonesia and China in the ACFTA framework. Competitive advantage known as the Theory of the National Competitive Advantage of Industries. Its specially based on competitive strength analysis in the competition of the Chinese batik industry in the batik market share in Indonesia, the competitiveness factor determines the success of Chinese businesses in an effort to increase the export of Chinese batik to Indonesia. The increase in Chinese batik exports to Indonesia after the enactment of ACTA in 2010-2018. Chinese batik products having several competitive advantages compared to Indonesian batik products.*

*Keywords: Chinese batik, competitive advantage, free trade agreement*

## 1. PENDAHULUAN

Perdagangan internasional awalnya berkembang pesat di kawasan ASEAN (*Association of South Asian Nations*). Namun pada 1997 terjadi krisis ekonomi, sehingga setelah krisis, muncul kelompok baru ASEAN dengan Cina, Jepang dan Korea Selatan (*ASEAN + 3*).

Salah satu kerja sama ASEAN dan Cina, terbentuk melalui kesepakatan ACFTA (*ASEAN-China Free Trade Area*), yang ditandatangani bersama di Phnom Penh Kamboja pada 4 November 2004, namun baru bisa diberlakukan pada 1 Januari 2010. ACFTA dalam realisasinya membuat biaya transaksi perdagangan dapat diturunkan dan efisiensi ekonomi

semakin meningkat, sehingga memiliki daya tarik investasi tinggi.

Namun sejak ada realisasi ACFTA tersebut, produksi bahan jadi dari Cina semakin banyak memasuki Indonesia, salah satunya yaitu industri Tekstil dan Produk Tekstil (TPT). Pengusaha tekstil Indonesia merasa khawatir, karena terjadi persaingan harga jelas tidak terhindarkan.

Harga produk tekstil batik Cina ternyata lebih murah, karena adanya pengurangan tarif dan penghapusan tarif, serta tarif menjadi nol %, dengan jangka waktu 3 tahun.<sup>4</sup> Harga batik Cina berupa kain dan garmen sejak berlaku ACFTA, lebih murah 15% - 25% dari produk dalam negeri.<sup>5</sup>

Perkembangan meningkatnya produk tekstil Cina bisa dilihat berdasarkan ekspor tekstilnya ke Indonesia dalam periode 2010-2016. Pada 2010 sebesar 1,68,288.56 dolar AS. Pada 2011 menjadi 2,306,043.34 dolar AS. Kemudian pada 2012 meningkat lagi menjadi 2,397,933.57 dolar AS. Pada 2013 meningkat menjadi 2,541,465.88 dolar AS. Pada 2014 meningkat lagi 2,598,526.37 dolar AS. Pada 2015 makin meningkat lagi menjadi 2,618,600.26 dolar AS. Berikutnya, pada 2015 meningkat kembali sebesar 2,618,600.26 dan 2016 meningkat menjadi 2,870,298.00 dolar AS.

Berdasarkan pada perkembangan ekspor tekstil Cina ke Indonesia selama 2010-2016 tersebut di atas, menunjukkan bahwa setelah implementasi ACFTA, nilai ekspor tekstil Cina ke Indonesia setiap tahunnya selalu meningkat.

Sementara itu, nilai ekspor batik Cina ke Indonesia pada 2010 sebesar 22 juta dolar AS. Pada 2011 meningkat menjadi sebesar 23,3 juta dolar AS. Pada tahun berikutnya yaitu 2012 semakin meningkat menjadi 30 juta dolar AS. Kemudian pada 2013 kembali meningkat sebesar 56,2 juta dolar AS dan pada 2014 kembali meningkat menjadi 87 juta dolar AS. Kemudian pada 2015 meningkat 156 juta.

Berdasarkan pada nilai ekspor batik Cina ke Indonesia tersebut, menunjukkan bahwa setiap tahunnya selama 2010-2016 juga selalu meningkat. Kesimpulannya, nilai ekspor tekstil dan batik Cina ke Indonesia selalu mengalami peningkatan yang cukup signifikan.

Meningkatnya ekspor batik Cina ke Indonesia tersebut, karena ada faktor-faktor keunggulan daya saing pemerintah Cina dalam mendorong upaya meningkatkan ekspor batik Cina ke Indonesia setelah kesepakatan ACFTA 2010.

## **2. KAJIAN PUSTAKA**

### **A. Daya Saing (*Competitiveness*)**

Michael E. Porter dalam buku *The Competitive Advantage of Nations* (1990), menjelaskan tidak adanya korelasi langsung antara faktor produksi yaitu sumber daya alam yang tinggi dan sumber daya manusia yang murah. Keduanya dimiliki negara menjadi keunggulan daya saingnya dalam perdagangan internasional.

Menurutnya, teori ekonomi klasik mengenai faktor keunggulan komparatif dalam perdagangan sudah tidak memadai. Alternatifnya faktor keunggulan kompetitif yaitu negara mempunyai keunggulan pada faktor biaya dan mutu atau kualitas yang mempengaruhi hasil produk, menjadikan negara itu sebagai tempat produksi dan ekspor ke negara lainnya.

Saat ini, perdagangan internasional mensyaratkan keunggulan kompetitif menjadi faktor utama dalam menentukan suatu produk, meski produk itu memiliki keunggulan komparatifnya dari segi kelimpahan faktor, namun tidak selalu memiliki daya saing yang tinggi.

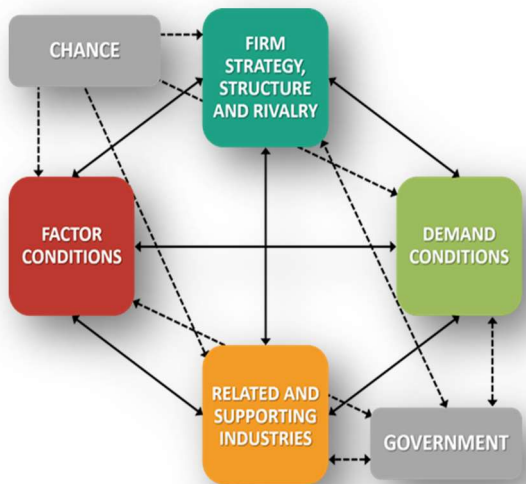
Daya saing suatu negara ditentukan oleh kemampuan industrinya berinovasi dan meningkatkan kemampuannya. Faktor

keunggulan daya saing menjadi penentu keberhasilan negara dalam perdagangan internasional.

**B. Faktor - Faktor Determinan dalam National Competitive Advantage (NCA)**

Faktor-faktor determinan atau penentu dalam suatu negara yang disebut *National Competitive Advantage* (NCA) disajikan melalui bentuk Model Diamond Porter dalam *the Theory of National Competitive Advantage of Industry*, seperti bagan di bawah ini:

**Bagan 1.**  
**Porter's Diamond Model of National Competitive Advantage<sup>6</sup>**



Sumber: Porter, M.E. 1990. (Figure 1). *The Competitive Advantage of Nations*, Harvard Business Review, March-April, pp. 73-93.

NCA lebih fokus pada penjelasan mengapa industri tertentu di wilayah negara tertentu bisa pula bersifat kompetitif global, sedangkan negara lainnya tidak kompetitif, dan mengapa perusahaan tertentu di negara tertentu tersebut juga mampu berinovasi secara konsisten, sedangkan negara lainnya tidak.

Porter beralasan bahwa kemampuan perusahaan dalam suatu negara untuk bersaing dalam perdagangan global, berdasarkan pada seperangkat interelasi dari keuntungan lokasi pada industri tertentu yang dimiliki oleh negara tertentu dalam wilayah negara tertentu pula.

NCA dalam suatu negara ditentukan oleh faktor-faktor determinan sebagai indikator keberhasilan daya saingnya yaitu:

**1. Firm Strategy, Structure and Rivalry**

Faktor strategi perusahaan, struktur dan rivalitas dalam konteks nasional merujuk perusahaan mengoperasikan berbagai determinan mengenai bagaimana sebuah perusahaan tersebut diciptakan, diorganisasikan dan dikelola, berpengaruh pada strategi dan bagaimana struktur perusahaan terbentuk. Terlebih pesaing domestik merupakan instrumen untuk daya saing secara internasional, yang memperkuat perusahaan untuk mengembangkan kekuatan dan kapabilitas yang memadai dan unik. Pesaing domestik biasanya lebih intens, sehingga

perusahaan semakin terdorong semakin berinovasi dan meningkatkan untuk menjaga keuntungan kompetitifnya.

## **2. Factor Conditions**

Faktor kondisi dalam suatu negara mengacu pada ketersediaan sumber daya alam, modal dan sumber daya manusia. Adanya sumber daya manusia dapat menciptakan faktor kondisi seperti tenaga kerja trampil, pembangunan infrastruktur yang baik dan dasar pemahaman ilmiah. Faktor kondisi yang diciptakan tersebut berkebalikan dengan faktor kondisi alamiah yang tersedia setiap saat. Faktor kondisi tersebut diciptakan dan diperbaiki secara berkelanjutan melalui pengembangan kemampuan dan penciptaan pengetahuan baru. Keuntungan kompetitif adalah hasil dari kehadiran institusi kelas dunia yang pertama diciptakan faktor-faktor secara khusus dan berlanjut untuk perbaikan. Negara berhasil dalam industrinya di mana mereka menjadi bagian yang baik dalam penciptaan faktor tersebut.

## **3. Demand Conditions**

Permintaan domestik secara meluas berpengaruh pada bagaimana industri yang tepat dalam negara itu. Kondisi permintaan pasar yang besar itu merupakan tantangan lebih dan menciptakan peluang yang semakin berkembang dalam perusahaan. Kehadiran kondisi permintaan yang harus mampu memuaskan pelanggan lokal yang mendorong perusahaan untuk berkembang, berinovasi dan meningkatkan kualitas. Menekankan pemuasan atas permintaan pasar dalam negeri, yang memicu

perusahaan mengukur ketinggian baru dan kemungkinan menguntungkan awalnya pencerahan untuk memasuki kebutuhan pelanggan lintas batas di masa depan. Negara harus mendorong adanya keuntungan kompetitif dalam industri, di mana pelanggan lokal memberikan perusahaan, gambaran kebutuhan lebih awal bagi kebutuhan pembeli yang meningkat, dan permintaan pelanggan menekan perusahaan berinovasi yang lebih cepat dan mencapai keuntungan kompetitif secara memadai dari pesaing asingnya.

## **4. Related and Supporting Industries**

Kehadiran industri pendukung dan yang terkait menyediakan fondasi industri lokal agar dapat tetap eksis. Perusahaan beraliansi dan bekerja sama dengan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah bagi konsumen dan menjadi lebih kompetitif. Khususnya pemasok krusial memperkuat inovasi melalui *input* lebih efisien dan berkualitas tinggi, umpan balik tepat waktu dan jalur singkat komunikasi. Perusahaan negara seringkali beruntung karena pemasok itu, tapi faktanya pesaing global. Hal ini dapat berlangsung selama bertahun-tahun bekerja keras dan investasi diciptakan untuk *related and supporting industries* membantu perusahaan dalam negeri berkompetisi secara global.

## **5. Government**

Peranan pemerintah digambarkan sebagai sebuah "katalis dan penantang". Porter tidak mempercayai adanya pasar bebas yaitu bahwa pemerintah membiarkan

segala sesuatunya dalam ekonomi yang tumbuh di “ tangan yang tidak kelihatan “ dan tidak memandang pemerintah sebagai pendorong esensial dan penyokong industri lainnya.

Pemerintah pun juga tidak dapat menciptakan industri yang kompetitif, melainkan hanya perusahaan yang dapat melakukannya. Pemerintah harus mampu menekan dan mendorong perusahaan untuk menampung aspirasinya dan dapat menggerakkan ke level daya saing lebih tinggi. Ini bisa dilakukan dengan cara merangsang permintaan awal untuk produknya yang meningkat (faktor permintaan), fokusnya pada penciptaan faktor tertentu seperti infrastruktur, sistem pendidikan dan sektor kesehatan (faktor kondisi), mempromosikan pesaing domestik dengan memperkuat undang-undang *anti-trust*, dan mendorong perubahan.

## **6. Chance**

Peran *chance* atau peluang sudah tercakup dalam Model Diamond sebagai *event* atau peristiwa di luar perkiraan seperti perang dan bencana alam, dapat berdampak sungguh merugikan atau menguntungkan bagi suatu negara maupun industri. Hal itu termasuk *event* atau peristiwa acak seperti di mana dan kapan kejadian itu berlangsung ilmiah secara fundamental terjadi. Berbagai kejadian itu berada dalam bayang-bayang kontrol pemerintah atau perusahaan. Beberapa perusahaan mungkin menguntungkan posisi secara kompetitif, sedangkan lainnya justru merugikan. Ketika faktor-

faktor ini tidak dapat diubah, mereka paling tidak bisa sedikit dipantau, sehingga kita dapat mengambil keputusan yang penting untuk menyesuaikan perubahan kondisi pasar.

Konsep NCA itu sangat mendukung tujuan liberalisasi perdagangan yang juga menjadi tujuan ACFTA yaitu keuntungan perdagangan internasional, di mana negara harus menguatkan dirinya dalam kegiatan produksi.

## **C. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian kualitatif sebagai metode penelitian yang memahami lebih mendalam tentang perilaku manusia, dapat dilihat dari tindakan-tindakan apa yang mengatur perilakunya. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menyelidiki tentang mengapa dan bagaimana pengambilan keputusan suatu fenomena dapat terjadi untuk memahami interpretasi suatu permasalahan yang bersifat alamiah.

### **2. Ruang Lingkup**

Penelitian ini mencakup upaya pemerintah Cina dalam menyusun strategi kebijakan tentang fakto-faktor determinan atau penentu apa yang meningkatkan ekspor batik ke Indonesia setelah ACFTA 2010.

### 3. Sumber Data

Penelitian kualitatif ini bersumber pada data sekunder (bukan primer), yang diperoleh secara tidak langsung melalui buku, referensi penelitian, jurnal, artikel dan website yang relevan dengan penelitian ini.

### 4. Teknik Pengumpulan Data

Data-data sebagai sumber bahan penelitian berdasarkan pada studi pustaka (*library research*) tentang perdagangan internasional, hubungan internasional di kawasan ASEAN, *National Competitive Advantage (NCA)*, *Advantage of Nations*, *Economic Development* dan beberapa jurnal media *online* dari *website* resmi instansi terkait dan relevan.

### 5. Teknik Penyajian Data

Penyajian datanya melalui proses penyusunan data yang telah direduksi, yang bertujuan untuk menampilkan data, penyederhanaan informasi yang kompleks dan diseleksi agar mudah dipahami dengan bagan dan tabel, dengan teknik narasi yang menjabarkannya secara jelas dan terstruktur yang membahas penelitian ini.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Keunggulan Kompetitif dalam Ekspor Batik Cina ke Indonesia

Perkembangan ekspor tekstil Cina ke Indonesia dalam periode 2010-2016 sebagai berikut:<sup>7</sup>

**Tabel 1.**  
**Perkembangan Ekspor Tekstil Cina ke Indonesia 2010-2016**

No.	Tahun	Jumlah
1.	2010	1,687,288.56
2.	2011	2,306,043.34
3.	2012	2,397,933.57
4.	2013	2,541,465.88
5.	2014	2,598,526.37
6.	2015	2,618,600.26
7.	2016	2,870,298.00

Sumber: *Indonesia Textiles and Clothing Imports by Country and Region China (2010-2016)* dalam *Us Dollar thousand*.

Berdasarkan pada hasil Tabel 1. Perkembangan Ekspor Tekstil Cina ke Indonesia 2010 - 2016 tersebut di atas, nilai ekspor tekstil Cina ke Indonesia setiap tahunnya meningkat.

Sedangkan nilai ekspor batik Cina ke Indonesia dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 2.**  
**Nilai Ekspor Batik Cina ke Indonesia**

No.	Tahun	Jumlah
1.	2010	US \$ 22 Juta
2.	2011	US \$ 23,3 Juta
3.	2012	US \$ 30 Juta
4.	2013	US \$ 56, 2 Juta
5.	2014	US \$ 87 Juta
6.	2015	US \$ 156 Juta
7.	2016	-----

Sumber: Diolah dari BPS dan Kementerian Perindustrian RI Tahun 2010-2016

Berdasarkan pada Tabel 2. Nilai Ekspor Batik Cina ke Indonesia tersebut di atas menunjukkan setiap tahunnya, mulai 2010-2016 selalu meningkat jumlah ekspor batik Cina ke Indonesia.

Ekspor batik *printing* asal Cina ke Indonesia setiap tahun rata-rata yaitu 43 miliar rupiah. Pada 2010 nilai ekspor batik hanya berkisar 22 juta dolar AS. Badan Pusat Statistik (BPS), mencatat sebanyak 1.037 ton produk batik masuk dari Cina ke Indonesia dengan nilai 30 juta dolar AS, atau Rp 285 miliar pada 2012. Sebesar 60 % kenaikan dari sebelumnya yang hanya 25 %. Impor terbesar adalah untuk jenis kain tenun dicetak batik yaitu 677,4 ton dengan nilai 23,3 juta dolar AS pada 2011, dan kain tenun yang dicetak dengan proses batik 199,2 ton dengan nilai 1,8 juta dolar AS pada 2012. Masuknya impor produk batik ini terbesar terjadi pada Juli 2012 yaitu 106,7 ton dengan nilai

3,6 juta dolar AS, dan pada Desember 2012 sebanyak 87,4 ton dengan nilai 3 juta dolar AS.<sup>8</sup>

Indonesia telah mengimpor batik 282 ton dari berbagai negara dengan nilai mencapai 56, 2 juta dolar AS pada 2013. Periode Januari-Maret pada 2015, kain rajutan menyumbang peran 1,07 % terhadap total impor non migas, namun belum ada secara khusus data riset terkait batik.<sup>9</sup> Impor batik selama 2013 (Januari - November) mencapai 278 ton atau 5,1 juta dollar AS.<sup>10</sup>

Hal ini tidak bisa terlepas dari ancaman neraca perdagangan dan nilai ekspor produk unggulan, termasuk produk TPT Indonesia dibandingkan dengan Cina. Kekhawatiran itu memang logis, karena setelah ACFTA, pasar Indonesia dipenuhi produk tekstil batik Cina rata-rata lebih murah 10% dibandingkan produk nasional, dalam 5 tahun terakhir.<sup>11</sup>

Menurut Kemenperin, ekspor batik pada 2015 sebesar 156 juta dolar AS atau Rp. 2,1 triliun, naik 10 % dari 2014. Setiap tahun, total impor kain bermotif batik Cina mengalami kenaikan, meski pada 2014 sempat menurun sekitar 9.855.648 dolar AS. Pada 2010-2014 terjadi penurunan tarif pada sektor TPT yang belum diberlakukan, karena jadwal penurunan tarif ke tahap *highly sensitive list* dilaksanakan pada 2015, namun angka impor kain bermotif batik Cina sudah meningkat.

Berdasarkan data BPS yang dikutip Detik Finance (20/2/2013), ada 1.037 ton produk batik masuk dari Cina ke Indonesia senilai nilai 30 juta dolar AS atau Rp. 285

milyar pada 2012. Impor terbesar untuk jenis kain tenun dicetak batik yaitu 677,4 ton dengan nilai 23,3 juta dolar AS dan kain tenun dicetak dengan proses batik sebanyak 199,2 ton dengan nilai 1,8 juta dolar AS pada 2012. Impor terbesar terjadi pada Juli 2012 yaitu 106,7 ton senilai 3,6 juta dolar AS dan Desember 2012 sebanyak 87,4 ton senilai 3 juta dolar AS.<sup>20</sup>

Kemendag RI mencatat impor TPT batik dan motif dari 2012-2014 ada peningkatan 7,9% atau 13 juta dolar AS, tahun 2012 sebesar 73 juta dolar AS dan tahun 2013 sebesar 80 juta dolar AS. Tahun 2014 mencapai 87 juta dolar AS.<sup>12</sup>

Setiap tahunnya, total impor kain batik Cina mengalami kenaikan, meski pada 2014 menurun 9.855.648 dolar AS. Pada 2010 sampai 2014 penurunan tarif pada sektor TPT belum diberlakukan, karena jadwal penurunan tarif produk TPT termasuk dilaksanakan pada 2015. Namun meski penurunan tarif untuk sektor TPT belum dilaksanakan, angka impor kain bermotif batik dari Cina sudah meningkat.

Menurut data Kemendag, impor TPT batik dan motif batik dari 2012-2014 terjadi peningkatan 17,9% atau 13.246.115. dolar AS. Impor TPT batik dan motif batik pada 2012 sebesar 73.896.340 dolar AS dan pada 2013 naik menjadi 80.860.197 dolar AS. Tahun 2014, impor TPT batik dan motif batik sebesar 28.132.270. dolar AS. Pada Januari - April 2015, impor batik dan motif batik kembali naik menjadi 34.916.179. dolar AS. Pada periode Januari 2015 terjadi

kenaikan 24,1 % dibandingkan periode yang sama pada 2014.<sup>13</sup>

Iswandari<sup>14</sup> menggambarkan adanya pengembangan produk tekstil Cina di Indonesia pasca ACFTA 2010 terhadap tekstil Cina di Indonesia harus bersaing dengan produk dalam negeri. Produk tekstil Cina memberikan harga lebih murah dari produk Indonesia dan Cina banyak meraih keuntungan.

ACFTA saat ini berpengaruh cukup signifikan bagi industri batik di Indonesia. Ekspor batik Cina terus berkembang meningkat sejak 2010 melampaui nilai ekspor yang wajar pada waktu sebelum ACFTA. Perdagangan batik Cina ke Indonesia dalam kajian ini dilihat dari perspektif kepentingan dan kebijakan Cina.

## **B. Faktor - Faktor Determinan dalam Ekspor Batik Cina ke Indonesia**

Terjadinya peningkatan ekspor batik China ke Indonesia setelah ACFTA pada 2010-2018, karena faktor-faktor determinan keuntungan kompetitif berikut ini:

1. *Factor Conditions* yaitu kondisi faktor produksi yang merujuk pada *input* atau masukan dalam faktor produksi industri batik di Cina. Misalnya tenaga kerja bisa diupah dengan murah atau rendah, sumber daya alam bahan baku produksi tekstil melimpah di Cina, modal besar dan infrastruktur dengan teknologi tinggi. Di Cina tidak ada kelangkaan sumber daya (*factor disadvantage*), sehingga memiliki daya saing secara kompetitif.



Bahkan mampu berinovasi produk yaitu merekayasa ulang dengan membuat kembali produk dengan meniru materi dan bentuk aslinya dengan beberapa modifikasi, sehingga bisa menghemat biaya produksi produk ke pasaran dengan bervariasi dalam waktu relatif singkat.

2. *Demand Conditions* yaitu tersedianya permintaan pasar domestik berdaya saing tinggi, mendorong keunggulan produk batik Cina ke Indonesia. Batik Cina mampu menjual produknya sebagai superior, karena tingginya permintaan batik di pasar ASEAN, dan kedekatan hubungan perusahaan Cina dengan *stake holder* di Indonesia.
3. *Related and Supporting Industries* mengacu pada industri pendukung dan terkait, sehingga mampu mendorong peningkatan daya saing perusahaan TPT Cina. Industri batik Cina banyak memberi manfaat pada *potential technology knowledge spillover (high technology)*, kedekatannya dengan konsumen semakin meningkatkan kekuatan pasar (*market power*).
4. *Firm Strategy, Structure and Rivalry* mengacu pada strategi industri batik dan struktur pada TPT Cina dan intensitas persaingan pada industri batik. Faktor strategi meliputi dua aspek yaitu pasar modal dan pilihan karir individu. Pasar modal domestik mempengaruhi strategi perusahaan, sementara individu sering membuat keputusan karirnya menurut peluang dan prestise. Batik Cina memiliki daya saing pada industri yang dianggap prestisius. Struktur industri TPT Cina

mengikuti strategi perusahaan dalam manajemen industri yang mendukung peningkatan daya saing ekspor batik ke Indonesia. Struktur industri TPT Cina berteknologi tinggi dibangun untuk menjalankan strategi manajemen bisnis yang mendorong ekspor batik. Intensitas persaingan (*rivalry*) antar sesama industri di Cina yang tinggi justru mampu mendorong berbagai inovasi pertekstilan termasuk batik.

5. *Role of Government and Chance* yaitu peran pemerintah Cina dan *chance* berperan penting dalam menciptakan NCA. Pemerintah Cina berwenang memberikan fasilitas, katalis dan tatanan (regulasi) bagi industri TPT, dengan menganjurkan dan mendorong industri batik agar mencapai tingkat daya saing tinggi, melalui kebijakan insentif berupa modal dan subsidi, perpajakan, pendidikan (*research and development*), fokus pada penciptaan dan penguatan faktor kondisi (*factor conditions*), serta menegakkan standar industri TPT. Pemerintah campur tangan pada hampir keseluruhan proses bisnis dan pengembangan perekonomian negara dalam mengembangkan dan melindungi perekonomian domestiknya.

## 5. KESIMPULAN

Implementasi ACFTA 2010 berakibat hilangnya banyak hambatan perdagangan, sehingga batik Cina mudah masuk ke pasar Indonesia dengan harga lebih murah. Meningkatnya ekspor batik Cina ke Indonesia pada 2010-2018, karena

faktor-faktor determinan atau penentu yang mendorong keuntungan kompetitif industri yaitu faktor kondisi, mengacu pada masukan (*input*) sebagai faktor produksi dalam industri batik di Cina, pada kondisi industri batik Cina, mengacu tersedianya pasar domestik siap berperan penting dalam menghasilkan daya saing tinggi, *related and supporting industries* yang mengacu pada industri pendukung dan terkait, sehingga mampu mendorong daya saing tinggi, *firm strategy, structure and rivalry* (strategi perusahaan, struktur dan rivalitas) yang mengacu pada strategi industri batik dan struktur industri batik Cina dan intensitas persaingan pada industri batik. Struktur industri tekstil Cina berteknologi tinggi untuk menjalankan strategi manajemen bisnis yang mendorong ekspor batik. Intensitas persaingan antar industri yang tinggi justru mampu untuk berinovasi, *role of government and chance* yaitu pemerintah Cina dan peluangnya berperan penting dalam menciptakan NCA. Pemerintah berwenang memberikan fasilitas, katalis dan tatanan regulasi bagi industri batik di Cina.\*\*\*

## 6. DAFTAR PUSTAKA

Mahasiswa Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana Denpasar Bali, 2020.

Dosen Pembimbing I FISIP Udayana

Dosen Pembimbing II FISIP Udayana

Dewitari, Sai'o.R., R.A., Erika, Andriyanto.T., 2009. "ASEAN-China Free Trade Area (ACFTA) Agreement as An International Regime: The Impact Analysis

on ASEAN". Department of International Relations Faculty of Political and Social Science University of Indonesia.

Widjayana & Sukirman. 2015. Analisis Pengaruh Pemberlakuan ACFTA terhadap Keberlangsungan Usaha pada Industri UMKM Batik di Banyumas. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan (Jaka)*, 2(1), Hal. 66-78.

Porter, M.E. 1990, 1998. *The Competitive Advantage of Nation*, Free Press, New York. 1990. Porter's Diamond Model: Why Some Nations Are Competitive And Others Are Not [www.Business-To-You.Com/Porter-Diamond-Model/](http://www.Business-To-You.Com/Porter-Diamond-Model/)

*Indonesia Textiles and Clothing Imports by Country and Region China (2010-2016)* dalam *US Dollar thousand*. Hassen, s. (2006). *Prospects for the Textile and Clothing Industry in Indonesia*, [www.textilesintelligence.com](http://www.textilesintelligence.com).

Batik *Printing* dari China dan Thailand Ancam Batik Tulis Lokal, Sabtu, 22-04-2017, [www.pojokpitu.com](http://www.pojokpitu.com)

Impor Batik Masih Tinggi di Hari Batik. VOICE [www.membunuhindonesia.net](http://www.membunuhindonesia.net)

BPS: China Tiru Batik Indonesia. Oleh Fikri Halim. [www.viva.co.id/arsip/](http://www.viva.co.id/arsip/)

Cina Kuasai Pasar, Peringatan Hari Batik Nasional, Jumat, 3 Oktober 2014. [www.acehtribunnews.com](http://www.acehtribunnews.com)

Ananda, Molia, 2017. Pengaruh Kerja Sama Asean China Free Trade Area (ACFTA) terhadap Daya Saing Batik Indonesia Tahun 2010-2016 Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. *Jom Fisip Vol. 4 No. 2 - Oktober 2017*.

Serbuan Tekstil Asing: Indonesia Impor Batik Made In China Rp. 285 Miliar di 2012, Detik Finance, Rabu 20 Februari 2013, [M.Detik.Com/Finance/Berita Ekonomi Bisnis](http://M.Detik.Com/Finance/Berita-Ekonomi-Bisnis).

Iswandari. 2014. Perkembangan Produk Tekstil China di Indonesia Pasca Implementasi ACFTA 2010. *eJournal Hubungan Internasional*, 2 (4) :1005-1016.