

## PENDAHULUAN

Batik oleh masyarakat dunia dikenal sebagai salah satu seni grafis yang dimiliki dan berkembang menjadi ciri khas bangsa Indonesia. Di Riau dikenal juga khasanah membatik yang disebut dengan batik Riau. Batik Riau menggunakan motif lokal, tentu saja pengembangan ini membuat khasanah batik taynah air semakin beragam. Pemerintah Provinsi Riau pada tahun 1985 mengambil inisiatif untuk menumbuh kembangkan batik ini dengan cara memberikan pelatihan membatik kepada masyarakat Riau. Pada tahun 2004 Ketua Dekranasda Provinsi Riau, Ibu Dra. Hj. Septina Primawati Rusli, MM., membangkitkan kerajinan batik ini dengan menggunakan pola baru pada desain dan diciptakan motif baru yang tak lari dari akarnya yaitu antara lain: Bungo Kesumbo, Bunga Tanjung, Bunga Cempaka, Bunga Matahari Kaluk Berlapis,

Upaya yang telah dilakukan Dekranasda Provinsi Riau akhirnya membuahkan hasil, Batik Tabir Riau tidak hanya telah mewarnai khasanah batik nasional, melainkan kehadirannya menambah daya dobrak bagi promosi pariwisata dan kebudayaan Indonesia pada umumnya dan Provinsi Riau pada khususnya.

Namun, mulai 1 Januari 2010 Indonesia harus membuka pasar dalam negeri secara luas kepada negara-negara ASEAN dan Cina. Pembukaan pasar ini merupakan perwujudan dari perjanjian perdagangan bebas antara enam negara anggota ASEAN (Indonesia, Thailand, Malaysia, Singapura, Filipina dan Brunei Darussalam) dengan Cina, yang disebut dengan *ASEAN China Free Trade Agreement (ACFTA)*. Produk-produk impor dari ASEAN dan China akan lebih mudah masuk ke Indonesia dan lebih murah karena adanya pengurangan tarif dan penghapusan tarif, serta tarif akan menjadi nol persen dalam jangka waktu tiga tahun (Dewitari,dkk 2009). Sebaliknya, Indonesia juga memiliki kesempatan yang sama untuk memasuki pasar dalam negeri negara-negara ASEAN dan Cina. Beberapa kalangan menerima pemberlakuan ACFTA sebagai kesempatan, tetapi di sisi lain ada juga yang menolaknya karena dipandang sebagai ancaman (Jiwayana, 2010). Dalam ACFTA, kesempatan atau ancaman ditunjukkan bahwa bagi kalangan penerima, ACFTA dipandang positif karena bisa memberikan banyak keuntungan bagi Indonesia. Pertama, Indonesia akan memiliki pemasukan tambahan dari PPN produk-produk baru yang masuk ke Indonesia. Tambahan pemasukan itu seiring dengan makin banyaknya obyek pajak dalam bentuk jenis dan jumlah produk yang masuk ke Indonesia.

Beragamnya produk China yang masuk ke Indonesia dinilai berpotensi besar mendatangkan pendapatan pajak bagi pemerintah. Kedua, persaingan usaha yang muncul akibat ACFTA diharapkan memicu persaingan harga yang kompetitif sehingga pada akhirnya akan menguntungkan konsumen (penduduk / pedagang Indonesia). Bila kalangan penerima memandang ACFTA sebagai kesempatan, kalangan yang menolak memandang ACFTA sebagai ancaman dengan berbagai alasan. ACFTA, di antaranya, berpotensi membangkrutkan banyak perusahaan dalam negeri. Bangkrutnya perusahaan dalam negeri merupakan imbas dari membanjirnya produk China yang ditakutkan dan memang sudah terbukti memiliki harga lebih murah. Secara perlahan ketika kelangsungan industri mengalami kebangkrutan maka pekerja lokal pun akan terancam pemutusan hubungan kerja (PHK). Tekanan dari kalangan pengusaha industri agar pelaksanaan ACFTA ditunda menandakan besarnya pengaruh negatif terhadap industri di Indonesia.

Di sektor Tekstil dan Produk Tekstil (TPT), serbuan produk-produk Cina berupa kain dan garmen sudah mulai dirasakan oleh pasar dalam negeri sejak awal berlakunya ACFTA. Ancaman ini dirasakan oleh industri tekstil besar maupun Industri Kecil Menengah karena masyarakat akan cenderung lebih memilih tekstil dari Cina yang harganya relatif murah. Selama ini produk kain dan garmen yang berasal dari Cina harganya lebih murah 15%-25% bila dibandingkan dengan produk dalam negeri. Selain itu, produk pakaian jadi impor asal Cina diakui sejumlah pedagang lebih diminati masyarakat karena kualitas dan modelnya yang lebih mengikuti tren (Karina dan Nova, 2010). Namun demikian, ada pula faktor lain seperti selera masyarakat, corak, dan kualitas bahan yang dapat mempengaruhi daya beli masyarakat terhadap pembelian produk Cina ini.

Invasi produk Cina ke pasar Indonesia ini tentunya akan mengganggu pasar domestik khususnya bagi UKM apabila produk mereka tidak bisa mengimbangi dari sisi harga, kualitas, dll. Yang dikhawatirkan adalah produk UKM akan terus bergeser pada titik rawan daya beli karena produk yang dihasilkan terlalu mahal dengan kualitas yang hampir sama. Apalagi Cina menjual produknya dengan penetrasi dumping terhadap pasar-pasar alternatif dunia termasuk di Indonesia setelah permintaan pasar utama mereka seperti Eropa dan Amerika Serikat merosot tajam akibat krisis ekonomi global seperti diungkapkan dalam Harian Pikiran Rakyat