

BAB II

***Counterfeiting* di China Pada Rezim Pemerintahan Hu Jintao**

Di kasus ini adanya dua norma yang berbeda dalam melihat pemalsuan atau *counterfeiting* yaitu dari norma internasional (*World Trade Organization*) dan norma domestik masyarakat China (Konfusianisme). Norma *World Trade Organization* melalui TRIPs dalam memandang pemalsuan adalah sebagai pelanggaran yang mengharuskan setiap negara peserta untuk memerangi atau melawan tindak pemalsuan dan pembajakan merek dagang yang telah merugikan negara lain (Matsubara, 2003:1). Sedangkan norma yang dianut oleh masyarakat China adalah norma konfusianisme yang berbeda dalam melihat pemalsuan. Dalam pandangan konfusianisme ini menganggap pemalsuan sebagai bentuk sanjungan yang paling tulus dan komponen penting dari proses kreatif (Boyle, 1996:54). Norma internasional ini telah ditolak oleh masyarakat China mengenai pemalsuan dikarenakan tidak sesuai dengan norma yang sudah dianut oleh masyarakat China yaitu konfusianisme. Cocok tidak cocoknya norma internasional ditentukan oleh norma domestiknya dan dipengaruhi oleh faktor domestik (Rosyidin, 2015:84).

Dari faktor domestik, dapat dilihat dari isu regional dan ekonomi global dimana negara sibuk memperbaiki kondisi yang terdapat di dalam negerinya dan kurang peduli terhadap kondisi di luar dengan tujuan meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Petith, 1977). Setelah kekalahan China di perang opium, masyarakat China sadar dengan keterbelakangannya sehingga seluruh masyarakat China ragu dan ada rasa takut terhadap teknologi, gagasan dan institusi yang dibuat oleh orang barat (Yu, 2007:21). Dari rasa takut terhadap orang asing dan barang asing ini, China melakukan percepatan modernisasi dengan kebiasaan norma konfusius yang dimana pemalsuan merupakan bentuk sanjungan dari proses kreatif mereka (Boyle, 1996:54) dan sebagai sentimen

nasionalis orang-orang China yang melepaskan frustrasi mereka pada orang asing dan perusahaan asing (Yu, 2007: 21).

Menjelang abad ke-20, industri dan investasi asing mendominasi hampir semua industri dan perusahaan modern di China karena percepatan modernisasi yang dilakukan China. Ketika Deng Xiaoping berkuasa pada akhir 1970-an, dia mengadopsi pendekatan yang berbeda dan lebih pragmatis. Alih-alih menempatkan "politik yang mengkomando", Deng melihat kekayaan ekonomi sebagai fondasi kekuatan China (Zheng, 1999:17). Dengan demikian, Deng dengan penuh semangat mendorong Empat Modernisasi, perpanjangan hubungan diplomatik dan komersial dengan Amerika Serikat, Jepang, dan negara-negara maju Barat lainnya, dan pembentukan Kawasan Ekonomi Khusus, dari sinilah perubahan identitas China dari komunis sosialis menjadi komunis kapitalis yang nantinya akan dilanjutkan oleh pemimpin-pemimpin China berikutnya (Crane, 1994:148). Disini adanya fungsi norma sebagai fungsi konstitutif, dimana norma ini berfungsi sebagai pembentukan identitas dan kepentingan aktor (Rosyidin, 2015:76). Norma konfusius memandang politik sebagai hubungan keluarga seperti ayah dan anak yang selalu memberi arahan yang benar atau mengomando (Wasserstrom, 2014:5). Dijelaskan diatas bahwa pada pemerintahan Deng Xioping politiknya masih menggunakan arahnya. Namun, Deng mempunyai kepentingan di bidang ekonomi yang membuat identitas China berubah ke komunis kapitalis untuk pertumbuhan ekonomi masyarakat di China.

Pemalsuan terjadi di kota Shenzhen yang terletak di provinsi Guangdong yang termasuk di wilayah kawasan ekonomi khusus dan tersebar lagi ke wilayah provinsi lain yang masih termasuk zona ekonomi khusus. Pemalsuan terbanyak di zona ekonomi khusus dikarenakan tingkat pajak yang rendah, prosedur administrasi dan bea cukai yang lebih sedikit dan disederhanakan, dan impor komponen dan persediaan bebas bea (Dimitrov, 2009:62). Jadi

adanya norma konfusianisme mengenai pemalsuan dan identitas komunis kapitalis memicu peningkatan pemalsuan di China.

2.1 Konfusianisme dan “Shanzai”

Counterfeiting di China ini sudah ada dan sudah melekat sebagai kebudayaan yang meniru, menyalin atau menjiplak pada zaman kekaisaran China sampai sekarang. Dahulu orang China pada zaman kekaisaran dalam kebudayaannya orang diharuskan untuk menyalin beribu-ribu surat maupun kitab untuk dipelajari ataupun untuk melaksanakan tugas yang diperintah seorang raja (Hamilton, 1996:613). Kebiasaan tersebut dikarenakan adanya aliran Konfusianisme yang bertujuan untuk mendidik dan menekankan agar manusia dapat melayani negara dan masyarakat (Wasserstom, 2014:5). Untuk memahami ajaran Konfusius tersebut perlu dipahami Kitab Daxue (Ajaran Agung) yang berisi ajaran mengenai etika, yaitu etika dalam keluarga, masyarakat, dan bernegara. Ajaran Agung merupakan inti dari Ajaran Konfusius untuk mendidik dan membangun manusia mencapai prestasi. Jadi, semua tergantung pada pemimpin atau raja, apa yang disuruh seorang raja harus dilaksanakan walaupun itu kegiatan menjiplak, meniru ataupun menjiplak (Hamilton, 1996:619)..

Tidak seperti orang Barat saat ini, orang China di masa lalu pada zaman kekaisaran tidak menganggap menyalin atau meniru sebuah pelanggaran moral. Sebaliknya, mereka menganggapnya sebagai "seni mulia," sebuah "proses belajar yang dihormati" di mana orang-orang mewujudkan penghormatan terhadap nenek moyang mereka. Pada usia yang sangat muda, anak-anak China diajari untuk menghafal dan menyalin pelajaran klasik dan sejarah. Ketika mereka dewasa, mereka akan menjadi pelatih bahasa yang umumnya membentuk bahasa universal mereka ataupun menjadi sejarawan klasik. Meskipun praktik kutipan yang tidak diketahui kemungkinan akan dianggap plagiarisme saat ini, praktik semacam itu adalah

komponen proses kreatif yang dapat diterima, sah, atau bahkan perlu, di masa lalu kekaisaran. Memang, para penulis Tionghoa awal melihat diri mereka lebih sebagai pemelihara catatan sejarah dan warisan budaya daripada sebagai pencipta. Bahkan Konfusius dengan bangga mengakui di *Analects* bahwa dia telah "mentransmisikan apa yang diajarkan kepadanya tanpa membuat apa pun dari miliknya sendiri." (Peter K. Yu, 2007).

Akhirnya, di bawah visi Konfusianisme tentang peradaban, keluarga merupakan unit dasar komunitas manusia, dan dunia merupakan hasil dari unit dasar itu. Karena China menekankan nilai keluarga dan hak kolektif, mereka tidak mengembangkan konsep hak individu. Mereka juga tidak menganggap kreativitas sebagai properti individu. Sebaliknya, mereka menganggap kreativitas sebagai keuntungan kolektif bagi komunitas dan keturunan mereka (Bary, 1998).

Gagasan inti ajaran Konfusius ini menekan tiga hal yang penting yaitu pendidikan, ritual dan hubungan hierarki memberikan manfaat bagi superior (yang di atas) maupun inferior (yang di bawah) dapat disebut juga dengan hubungan kekeluargaan. Pendidikan ini penting untuk mempelajari naskah-naskah klasik yang dimaksudkan untuk menerapkan tindakan-tindakan berbudi luhur di masa lalu. Spiritual ini melakukan tindakan fisik untuk melakukan kebiasaan-kebiasaan yang baik dalam mencari kebaikan. Dan hubungan adanya perbedaan superior dan inferior ini harus dihormati karena disini ada timbal balik hubungan keluarga seperti pemimoin dengan rakyatnya maupun orang tua dengan anaknya sehingga adanya jalin tanggungjawab yang jelas pada kedua belah pihak antara superior dan inferior (Wasserstrom, 2014:4).

Dapat dilihat pengaruh besar ajaran Konfusianisme ini bagi kehidupan masyarakat China dimana pada masyarakat China sudah menggunakan semangat etika bisnis yang berasal dari

ajaran Konfusianisme ini yang merupakan dari sisi spriritual yang menjadi dasar ajaran Konfusius. Etika bisnis tersebut dapat disebut juga *Guanxi*. Dalam dunia bisnis orang Cina, Guanxi dapat diartikan sebagai jaringan berbagai pihak yang melakukan kerjasama dan mendukung satu sama lain dalam bisnis marketing (Bjorkman dan Kock, 1995).. Masyarakat China banyak menggunakan etika Bisnis ini dengan memanfaatkan jaringan antar sesama keluarga dan keturunan-keturunan China termasuk juga masyarakat China yang ada dibelahan negara lainya. Ajaran berpengaruh besar terhadap masyarakat China karena adanya kecocokan fokus yang difokuskan Konfesius yaitu keharmonisan sosial dan fokus yang Hu Jintao dan pemimpin China tekankan yaitu stabilisasi. Pada Upacara Pembukaan Olimpiade pada tahun 2009 terdapat hurug slogan yaitu “he” yang berartikan harmoni dan bermaksud dalam mengajak rakyat China utuk membantu partai membangun masyarakat yang sosial harmonis serta menjunjung keadilan sosial (Wasserstrom, 2014:17-18).

Shanzhai" atau budaya peniru merupakan bagian integral masyarakat China; Masyarakat sebagian besar adalah Konghucu dan tradisi *Confucianism* mempromosikan individu berbagi apa yang mereka ciptakan dengan masyarakat untuk mempromosikan keharmonisan yang lebih besar (Karthik, 2009:56). Oleh karena itu apa pun dari sepatu sampai ponsel disalin dan dijual secara terbuka di pasar di seluruh negeri. China saat ini adalah produsen produk palsu terbesar di dunia. Di China sendiri *counterfeiting* bisa disebut sebagai budaya fenomena “shanzhai”. “Shanzai” sendiri adalah suatu hal yang merujuk pada bandit yang diluar kendali pemerintah, namun sekarang istilah tersebut untuk barang palsu atau bajakan. Namun dapat juga merujuk sebagai hal-hal yang mengenai improvisasi atau buatan sendiri. Budaya “shanzhai” ini atau bisa juga disebut bentuk budaya *counterfeiting* China dapat membuat perkembangan perusahaan-perusahaan yang ada di China (Kate Li, 2009:1). Budaya “shanzai” ini memang merupakan

sebuah pelanggaran namun budaya ini dapat menaikkan perekonomian China. Dengan adanya budaya shanzhai ini perekonomian Cina telah mengalami hampir tiga dekade pertumbuhan ekonomi yang pesat dengan peningkatan PDB hampir 8% per tahun, sebuah keajaiban dalam sejarah ekonomi dunia. Bahkan selama krisis keuangan Asia pada tahun 1997 dan krisis keuangan saat ini, PDB China terus tumbuh per tahun sampai sekarang (Yuan Gao, 2010:5).

Meskipun perusahaan yang melakukan budaya shanzhai ini berbeda dalam melakukan pemalsuan pada dasarnya mempunyai karakteristik yang umum dan mempunyai tindakan yang sama yaitu fokus pada pasar domestik, menargetkan konsumen sebagai pasar, mengupayakan siklus pengenalan produk, fokus pada biaya (tetapi sering menawarkan kualitas yang lebih rendah juga), memenuhi kebutuhan lokal. Produk palsu adalah kenyataan yang paling signifikan dalam "Shanzhai" sektor yang dapat mempengaruhi penawaran dan permintaan atas seluruh masyarakat China.

2.1.1 Shanzai di Era Modern

Menurut Grossman and Shapiro (1986) asumsi mengenai pemalsuan dapat dibagi menjadi dua kategori yaitu yang pertama konsumen tidak mengamati kualitas barang dimana konsumen tidak dapat membedakan mana yang palsu dan mana yang asli; kedua adalah dengan memberi informasi yang baik dan memberikan penjelasan reputasi barang yang baik dalam memberi tahu harga yang murah dengan kualitas baik, barang palsu itupun dapat dijual ke konsumen. Untuk alasan apapun konsumen akan membeli barang palsu untuk kebutuhannya.

Asumsi pemalsuan ini nyatanya akan berdampak pada pasar yaitu Pertama, produk palsu akan mempengaruhi harga barang asli dengan harga yang relatif rendah dan memberikan pelanggan yang tidak bersedia membayar harga tinggi untuk barang-barang asli pilihan kedua.

Kedua, penjual barang-barang asli akan mengatur harga mereka umumnya sesuai dengan biayanya, diperkirakan laba bersih dan permintaan di pasar, tetapi untuk pemalsu, mereka dapat dengan bebas menerapkan rendah harga barang mereka karena mereka memiliki biaya tetap cukup rendah bahwa mereka hanya perlu untuk melindungi bagian mereka.

Tetapi di China, pasar memiliki kekurangan pengawasan daerah, yang berarti pemalsu menengah dan kecil yang mudah untuk masuk, dan karena undang-undang tidak mengatur barang palsu yang ada bebas untuk menjadi perdagangan pasar China. Terutama di beberapa toko grosir Beijing dan Shanghai hanya 20% dari produk adalah barang asli dan 80% lainnya adalah barang palsu, beberapa wilayah kecil memiliki perbedaan yang lebih besar. Pada kenyataannya barang yang merupakan barang palsu atau barang shanzhai adalah barang kecil dan sedang yang mempunyai karakter kebutuhan sehari-hari seperti ponsel, pakaian, tas dan lain. Namun manufaktur dengan skala besar masih mengikuti peraturan internasional namun industri tersebut susah masuk dalam pasar China (Yuan Gao, 2010,14). Dan barang shanzhai ini sah juga untuk diperjualkan walaupun produknya menggunakan produk terkenal namun bahan-bahannya dalamnya produk menggunakan fitur yang palsu.

Penggunaan istilah shanzhai untuk diterapkan pada fenomena budaya kontemporer hanyalah satu komponen dalam minat kontemporer yang bangkit kembali dalam budaya tradisional China yang kaya, seperti umumnya "kembali ke masa lalu (fugu)" atau "perjalanan waktu (chuanyue)," yaitu agak mirip dengan kebangkitan kembali minat budaya tradisional yang telah terjadi di negara-negara Asia lainnya seperti Jepang dan Korea modern karena banyak populasi dalam kemakmuran materi dan mengembangkan gaya hidup modern yang unik dan berkembang dari masa lalu tidak meniru perkembangan dari barat. Sejak sekitar Olimpiade

Beijing di tahun 2008, arti baru dari istilah shanzhai telah muncul sebagai shanzhai copycat (meniru dengan aslinya).

Barang atau produk shanzai ini merupakan akar dari permintaan masyarakat China untuk dapat dibanggakan sebagai nasionalistik dalam mempersiapkan persaingan barang-barang asing yang beredar di pasar domestik China. Pada tahun 2012, saat Apple mengeluarkan produk I-phone 5, perusahaan GooPhone i5 merupakan perusahaan yang meniru handphone I-phone 5 punyanya Apple menolak masuknya barang I-phone 5 punya Apple ini ke pasar domestik China (Callum Smith, 2015:36).

2.2 Kebijakan Perekonomian China di Era Hu Jintao

Hu Jintao sebagai pemimpin di China menegaskan bahwa arah pembangunan ekonomi China di bawah kepemimpinan Hu Jintao tetap mendasar tanpa agenda perubahan arah ekonomi di Cina seperti yang di terapkan oleh Deng Xiaoping yang mengubah alur kebijakan ekonomi Cina dari Sosialisme-Komunisme menuju Sosialisme-Kapitalisme. Faktor yang menyebabkan Hu Jintao untuk tetap mempertahankan pola pembangunan ekonomi Cina yang berorientasi terhadap sosialisme-pasar selain di sebabkan oleh karena keberhasilan dalam pertumbuhan ekonomi di Cina sendiri yang mengadopsi sistem tersebut juga di sebabkan oleh kedekatan Hu Jintao dengan Deng Xiaoping (Taniputera, 2011:600).

Hu Jintao melanjutkan kebijakan ekonomi China berdasarkan kebijakan yang sudah dilaksanakan oleh pemimpin sebelumnya yaitu Deng Xiaoping dengan menggunakan sistem kebijakan pintu terbuka yang dimana kebijakan tersebut melahirkan suatu zona khusus perdagangan atau zona ekonomi di China dan dapat mengundang investor asing untuk berinvestasi di China. Kemajuan perekonomian China salah satu kunci utamanya terletak pada

kebijakan perekonomiannya menggunakan zona ekonomi khusus inilah yang nantinya mengundang investor-investor asing di China.

2.2.1 Kebijakan pintu terbuka China

Kebijakan pintu terbuka itu sendiri adalah kebijakan membuka diri terhadap dunia internasional telah memainkan peran yang sangat penting terhadap proses modernisasi China. Modernisasi China memerlukan input dalam jumlah besar, meliputi modal, teknologi, prasarana dan manajemen modern yang lebih maju. Cara terbaik untuk menyerap semua itu adalah dengan membuka diri. Pelaksanaan kebijakan pintu terbuka pada tahun 1987 bertujuan untuk meningkatkan hubungan China dengan seluruh dunia, memperluas perdagangan luar negerinya serta menerima investasi asing dalam bentuk pinjaman, investasi langsung dan bantuan ekonomi. Kebijakan Pintu Terbuka terdiri dari dua jenis utama yaitu: pembukaan wilayah geografis untuk investasi asing, dan pembukaan lembaga tertentu secara nasional (James K. Galbraith, 2000:9)..

Ada beberapa aspek yang termasuk dalam kebijakan pintu terbuka China ini pertama adalah sehubungan dengan perdagangan, China telah menerapkan sistem desentralisasi pada perdagangan luar negeri, sistem restitusi pajak ekspor, dan telah menerapkan sistem perusahaan untuk perusahaan perdagangan asing. Yang kedua mengenai sehubungan dengan arus modal, China meningkatkan peraturan dan hukum mengenai investasi asing yang berada pada zona ekonomi khusus (SEZ's) yang berda di pesisir pantai. Sehubungan dengan arus modal ini China ingin mendorong modal asing ke dalam bidang manufaktur dan industri lainnya dan beberapa bank asing telah diizinkan untuk memberi pelayanan untuk mata uang China. Selain itu kebijakan ini bermaksud untuk mendorong investasi luar negeri / *Foreign Direct Investment* (FDI) yang nantinya berfungsi bagi China sendiri berupa mempertahankan kontrol pusat dari

investasi luar negeri dan untuk mencegah arus masuk *portfolio investment* (terikatnya aset pada surat-surat berharga) oleh investor asing ataupun negara lain (James K. Galbraith, 2000:10).

Dalam kebijakan *open door policy* (kebijakan pintu terbuka) ini, China mengupayakan untuk bekerjasama dengan negara-negara lain yang mempunyai maksud tujuan mendapatkan dana bantuan teknologi sehingga nantinya akan membuat perekonomian China baru. Ada tiga alasan China menggunakan kebijakan ini yaitu pertama China sudah dianggap lemah karena sejarahnya China masa lalu; yang kedua keertutupannya China pada negara lain; dan yang ketiga alasannya adalah untuk membangun China yang kuat salah satu caranya adalah dengan cara membuka diri pada negara lain (Litao Zhao dalam *China's Social Development and Policy*, 2013). Kebijakan terbuka ini mempunyai beberapa cara atau langkah yaitu dengan perusahaan bersama (*Joint Venture*), zona ekonomi khusus (*Special Economic Zones/SEZ's*), *counter trade*.

2.2.1.1 Perusahaan Bersama (*Joint Venture*)

Dengan adanya kerjasama perusahaan bersama ini menjadi satu hal yang signifikan atas berjalannya kebijakan pintu terbuka dimana banyak pengusaha-pengusaha yang masuk untuk melakukan investasi bersama dan membentuk usaha bersama. Usaha bersama ini mempunyai tujuan atau maksud untuk menarik para perusahaan asing ke China sehingga perusahaan asing tersebut mendirikan industri dan dapat menjalin perdagangan bersama. Perusahaan asing itu akan menyediakan modal dalam nilai tukar uang dan teknologi yang dia miliki, sedangkan China sendiri menjamin memberi sumber daya alam yang masih berupa bahan mentah ataupun sumber daya manusia yang China miliki. Dengan tersebut China berharap dengan adanya usaha ini banyak perusahaan-perusahaan asing yang ingin ikut bergabung dan pada akhirnya mencari keuntungan bersama antara China dan perusahaan asing tersebut yang nantinya akan

menimbulnya ketertarikan perusahaan-perusahaan asing untuk mendirikan usaha ataupun industri di China (Alfred Kuo-liang Ho dalam *China's Reforms and Reformers*, 2004).

Namun dalam pelaksanaan perusahaan bersama ini mempunyai permasalahan yaitu kesulitan akses devisa yang masuk dan dan bagaimana membawa pulang keuntungan yang didapatkan (Colin Mackerras, Donald H. Mcmillen, Andrew Watson dalam *Dictionary of the Politic of the People's Republic of China*, 2003). Setelah mendapatkan jawaban dari permasalahan tersebut, China memberi kemudahan para pengusaha untuk membuat zona ekonomi khusus (Special Economic Zones/SEZ's). Hal ini pengusaha menjalankan sistem kapitalis dimana pengendalian masih dibawah Negara. Negara China akan mengendalikan perusahaan bersama ini dengan cara memperhatikan barang yang akan diproduksi, kemana hasil produk akan dipasarkan, dan berapa jumlah modal yang akan diperlukan atau dikeluarkan. Sehingga perusahaan bersama ini tidak akan mengganggu dan merusak ekonomi terpusat China melainkan untuk melaengkapinya. Adapun produk hasil yang diproduksi oleh perusahaan bersama ini tidak boleh dipasarkan di negara China sendiri dimana nantinya akan ada persaingan produk domestik. Produk perusahaan ini dapat dipasarkan di domestik apabila tidak yang sama di domestik dan bisa dipasarkan apabila produk domestik lagi sedikit (Alfred Kuo-liang Ho dalam *China's Reforms and Reformers*, 2004).

2.2.1.2 Zona Ekonomi Khusus (Special Economic Zones/SEZ's)

China adalah negara yang paling berhasil dalam hal memanfaatkan zona ekonomi khusus untuk mencapai jauh jangkauannya pada transformasi ekonominya. Zona ekonomi khusus ini dimulai dengan empat zona pada tahap awal untuk bereksperimen dengan reformasi ekonomi yang berorientasi pasar yang melibatkan hukum, peraturan, perpajakan, tanah, tenaga kerja,

keuangan, bea cukai, imigrasi, dll. Zona ekonomi khusus ini telah memberikan kontribusi signifikan terhadap PDB nasional, kesempatan kerja, ekspor, dan daya tarik investasi asing. Zona ekonomi khusus juga telah memainkan peran penting dalam membawa teknologi baru ke China dan mengadopsi praktik manajemen modern (Zeng Douglas Zhihua dalam. *Building Engines for Growth and Competitiveness in China: Experience with Special Economic Zones & Industrial Cluster*, 2010).

Setelah puluhan tahun ekonomi terpusat, Pemerintah China mengadopsi kebijakan Pintu Terbuka pada tahun 1978, dan pada bulan Juli 1979, memutuskan bahwa provinsi Guangdong dan Fujian harus memimpin dalam membuka diri terhadap dunia luar dan menerapkan kebijakan khusus dan langkah-langkah yang fleksibel. Pada bulan Agustus 1980, Shenzhen, Zhuhai, dan Shantou di Provinsi Guangdong ditetapkan sebagai zona ekonomi khusus, diikuti oleh Xiamen di Provinsi Fujian di Oktober 1980. Zona ekonomi khusus ini bertujuan untuk memfasilitasi pengembangan perekonomian yang komprehensif dan meemfalisitasi hak istimewa yang didalamnya adalah keuangan, investasi, dan perdagangan khusus.

Gambar 2.1 Zona Ekonomi Khusus (*Special Economic Zones/SEZ's*)



Sumber: BBC news dalam *Quick Guide: China's economic reform*, 2017

Faktor-faktor berikut berkontribusi pada keberhasilan zona ekonomi khusus China adalah sebagai berikut (Afrika Ekonomi Brief dalam *Chief Economist Complex*, 2016)

1. **Zona ekonomi khusus ini sudah membuka tentang kebijakan lingkungan**, faktor ini paling penting dalam kesuksesan zona ekonomi khusus ini dikarenakan pemerintah daerah sudah dikit demi sedikit mengatasi tantangan lingkungan secara fleksibel.
2. **Ketersediaan infrastruktur yang berkualitas**. Terutama pelabuhan, bandara, jalan, jaringan telekomunikasi, dan perlengkapan. Infrastruktur ini tidak hanya kebutuhan dasar untuk semua kegiatan ekonomi, melainkan juga merupakan komponen penting dari lingkungan investasi. Bahkan, ZEK awalnya difokuskan pada pembangunan infrastruktur perkotaan. Pada tahun 2014, total investasi China di bidang infrastruktur hampir 220.930.000.000 Yuan. Zona ekonomi khusus ini memiliki iklim investasi yang cukup baik.

3. **Efisiensi pemerintah daerah.** Kinerja pemerintah daerah yang mampu untuk terus mereformasi dan meningkatkan kapasitas administrasi mereka berdasarkan kebutuhan zona ekonomi khusus dan juga membantu untuk menciptakan lingkungan bisnis yang kompetitif dalam zona ekonomi khusus.
4. **Keberagaman penduduk di Shenzhen.** Di kota Shenzhen merupakan kotan bagi para imigran, dimana dalam para imigran itu ditemukan banyak ide-ide ataupun inovatif untuk menggabungkan ide tersebut maupun tukar pengalaman dalam hal ide maupun latar belakang mereka.
5. **Lokasi geografis yang menguntungkan di Shenzhen.** Zhuhai, Shantou, Xiamen, dan Hainan menjadi tawaran Shenzhen untuk mengembangkan struktur dan daya saing industri yang sebagian besar diuntungkan dari dekat dengan Hong Kong. Hong Kong adalah pusat internasional untuk keuangan, perdagangan, transportasi, dan perjalanan dan kedekatannya dengan Shenzhen memudahkan Shenzhen untuk menarik investasi asing dan mengembangkan hubungan dengan seluruh dunia. Bahkan, banyak dari investasi yang dilakukan di Shenzhen datang dari Hong Kong.

Pada tahun 1984, pemerintah pusat menciptakan varian dari zona ekonomi khusus, yang mereka dijuluki zona pengembangan ekonomi dan teknologi, informal dikenal sebagai taman industri nasional China. Perbedaan antara zona ekonomi khusus komprehensif dan zona pengembangan ekonomi dan teknologi (*Economic and Technology Development Zones/ETDZs*) dapat dilihat dari skalanya. Sebuah SEZ komprehensif sering terdiri dari area yang jauh lebih besar (kadang-kadang seluruh kota atau provinsi). Dan dari tahun 1984 hingga 1988, ada empat belas titik zona pengembangan ekonomi dan teknologi didirikan di kota-kota pesisir tambahan dan di tahun-tahun berikut di kota-kota dekat muara sungai Yangtze dan muara sungai Min di

Fujian. Sementara itu, pada tahun 1988, seluruh provinsi Hainan ditunjuk sebagai zona ekonomi khusus komprehensif kelima, dan pada tahun 1989 dan 2006, Shanghai Pudong dan Tianjin Binhai sebagai kota yang baru diberi status seperti juga.

Selanjutnya, pada tahun 1992, Dewan Negara menciptakan lain 35 titik wilayah zona pembangunan ekonomi dan teknologi. Dengan demikian, mereka mencari yang pertama adalah untuk memperpanjang wilayah zona pengembangan ekonomi dan teknologi dari garis pantai ke daerah pedalaman dan yang kedua adalah kurang fokus pada industri dasar dan lebih pada industri teknologi. Zona pengembangan ekonomi dan teknologi biasanya terletak di daerah pinggiran kota dari kota besar. Dalam zona pengembangan ekonomi dan teknologi itu ada sebuah komite administratif yang umumnya dipilih oleh pemerintah daerah untuk mengawasi manajemen ekonomi dan sosial dari atas nama zona pemerintah daerah (China Knowledge Online 2009). Berdasarkan perbedaan lokasi geografis dan tingkat lokal pembangunan, zona pengembangan ekonomi dan teknologi dapat dibagi menjadi tiga jenis yaitu (*International Poverty Reduction Center in China/IPRCC, 2015:43*):

- 1. Zona pengembangan ekonomi dan teknologi dengan fokus pada pengembangan teknologi mutakhir dan terbarukan.** Jenis zona pengembangan ekonomi dan teknologi bergantung pada berkembang dengan baiknya daerah metropolitan, seperti Tianjin dan Shanghai yang dapat menikmati basis industri yang relatif padat dimana tingkat teknologinya yang tinggi dan terampil dalam manajemen ekonomi.
- 2. Zona pengembangan ekonomi dengan fokus perdagangan internasional.** Zona pengembangan ekonomi dan teknologi ini umumnya berdekatan dengan pelabuhan yang mempunyai komunikasi baik dengan pelabuhan tersebut berinfrastruktur baik dalam bertransportasinya dan umumnya terletak di wilayah Dalian dan Ningbo.

3. Zona pembangunan ekonomi dan teknologi yang berfokus pada tanah negara yang digunakan dengan semestinya. Dalam jenis ini zona pengembangan ekonomi dan teknologi dibagi menjadi zona sumber daya alam, zona sumber daya alam, zona pertanian dan zona pariwisata. Pada zona sumber daya alam terfokuskan dalam pembuatan energi dari sumber mineral seperti batubara. Zona pertanian sering disebut sebagai Zona Pembangunan Pertanian Modern atau Zona Pembangunan Pertanian Komprehensi, dan bisnis inti mereka termasuk kombinasi dari pembibitan, teknik pertanian, infrastruktur pertanian, pengolahan produk pertanian, bioteknologi, wisata pertanian dan pendidikan tentang pertanian. Zona pariwisata bertujuan untuk mengembangkan fasilitas wisata dan terkait dengan wisata industri termasuk real estate dan hiburan.

Zona ekonomi khusus telah membuat kontribusi yang besar bagi perekonomian China. Pada tahun 1992, konsep keterbukaan telah diperpanjang ke seluruh daerah pesisir dan semua kota-kota di provinsi dan daerah otonom yang ada di pedalaman, dan berbagai jenis zona ekonomi khusus mulai bermunculan di seluruh negeri (Yeung, Yue-man, J. Lee, and G. Kee dalam *“China’s Special Economic Zones at 30.”*. 2009).

2.2.2 Korelasi Kebijakan Ekonomi China dengan “Shanzai”

Sejarah budaya “shanzai” ini dapat kita telusuri ke provinsi Shenzhen, Zhejiang, dan Jiangsu yang dimana provinsi tersebut merupakan provinsi yang dikhususkan oleh negara China untuk dikembangkan perekonomiannya melalui zona ekonomi khusus yang lahir dari kebijakan ekonomi China. Dimana pada pertengahan tahun 2000an pabrik-pabrik kecil menambahkan keuntungan dari ketersediaan chip murah untuk menghasilkan tiruan murah dari produk teknologi tinggi yang dikenal sekarang dengan ponsel. Meskipun istilah shanzhai mungkin telah

digunakan di Shenzhen sebagai alternatif 'pemalsuan', pembuatan shanzhai berkonotasi sesuatu yang lebih dari sekadar tindakan penyalinan sederhana (Callum Smith, 2015:24).

Adanya kebijakan ekonomi negara China pintu terbuka ini banyak investor dari luar negeri masuk ke dalam China yang sudah dijelaskan diatas, sehingga para perusahaan-perusahaan yang di dalam China menggunakan kesempatan ini untuk mempersiapkan persaingan produksi-produksi barang para investor dari luar negara China. Faktanya, di kota Shenzhen di Cina selatan, di mana sebagian besar produsen shanzhai berada, lebih dari 30.000 perusahaan berkolaborasi di seluruh rantai nilai ponsel: produk desain, sumber, perakitan, produksi, pengujian, pengemasan, distribusi, dan after- Jasa penjualan (Josephine Ho, 2010:4).

Shenzhen adalah kota muda; pembangunan kota yang baru dimulai 30 tahun yang lalu, ketika serangkaian kolektif desa mulai diubah menjadi salah satu pusat manufaktur terbesar di dunia. Hal ini sebagian dimungkinkan oleh penerapan kebijakan pemerintah yang mengumumkan Shenzhen sebagai Zona Ekonomi Khusus. Pada tahun 1979, ketika kebijakan SEZ (Zone Economic Special) mulai berlaku, Shenzhen memiliki populasi di bawah 50.000, pada tahun 2010 telah berubah menjadi kota metropolitan lebih dari 10 juta orang (O'Donnell, M-A. 2010).

Pertumbuhan Shenzhen bertepatan dengan, dan didorong oleh, sebuah ledakan outsourcing bermula pada "Muncul dari restrukturisasi besar industri teknologi informasi AS yang dimulai pada tahun 1980an" (Luethje, B., Huertgen, St., Pawlicki, P. and Stroll, M, 2013). Sebagai zona ekonomi khusus hambatan masuk bagi perusahaan asing diturunkan secara signifikan, dengan berbagai insentif termasuk pengurangan pajak, biaya sewa dan investasi yang terjangkau yang ditujukan untuk mengintegrasikan sains dan industri dengan perdagangan. Pada

akhir 1990-an, ODM Taiwan (manufaktur desain asli) seperti Acer, HTC, Asus dan Foxconn, yang merancang produk manufaktur atas nama pelanggan merek mereka, mulai mengembangkan hak kekayaan intelektual yang substansial pada mereka sendiri. Salah satu contoh yang sangat terkenal adalah HTC ODM yang masuk pasar dengan ponsel bermereknya sendiri. Pergeseran ini mulai menantang kepemimpinan global ekonomi hightech yang mapan. Sebagai produsen kontrak tumbuh dalam ukuran, dan mulai melayani terutama untuk merek besar, jaringan pengusaha melihat kesempatan untuk membangun diri mereka sendiri dalam celah ekonomi global. Sebuah jaringan bisnis manufaktur yang padat muncul di Shenzhen, melayani pelanggan yang kurang dikenal atau tidak dikenal dengan jumlah yang lebih kecil, yang tidak menarik bagi pemain yang lebih besar. Ekosistem manufaktur yang kurang formal ini (dikenal sebagai shanzhai dalam bahasa Cina) terdiri dari jaringan produsen komponen, pedagang, rumah solusi perancangan, vendor, dan jalur perakitan yang horizontal. Mereka beroperasi melalui jejaring sosial informal dan budaya berbagi yang memiliki banyak kesamaan dengan gerakan pembuat global (meski sebagian besar didorong oleh kebutuhan dan bukan cita-cita budaya).

Shanzhai diterjemahkan sebagai benteng gunung, dan berkonotasi tentang tradisi penjahat informal. Istilah ini telah digunakan di China untuk waktu yang lama dan fitur yang paling menonjol dalam cerita rakyat seperti Shuihuzhuan (margin air) yang menceritakan petualangan 108 pemberontak, yang bersembunyi di pegunungan dan melawan pendirian tersebut (Jefferey, L. 2014). istilah tersebut pertama kali diterapkan pada manufaktur pada tahun 1950 untuk menggambarkan pabrik keluarga skala kecil di Hong Kong yang menghasilkan barang-barang rumah tangga murah dan berkualitas rendah, untuk "menandai posisi mereka di luar tatanan ekonomi resmi" Mereka menghasilkan produk palsu dari merek ritel terkenal seperti Gucci dan Nike, dan menjualnya di pasar yang tidak akan membeli barang asli yang mahal.

Sebagai manufaktur elektronik bermigrasi ke Shenzhen, jaringan informal manufaktur shanzhai menemukan produk yang sempurna di telepon seluler. Produksi Shanzhai tidak hanya mencakup versi tiruan dari telepon terbaru, namun juga kreasi baru dan inovasi desain dan fungsionalitas telepon (Ho, J. 2010).

Di Cina, perangkat shanzhai melayani populasi imigran berpenghasilan rendah yang tidak mampu membeli produk bermerek yang lebih mahal. Telepon Shanzhai juga memiliki pasar global yang kuat, yang menargetkan populasi berpenghasilan rendah di India, Afrika, dan Amerika Latin (Wallis, C. and Qiu, 109:2012). Seiring dengan perkembangan ekosistem shanzhai, melihat perkembangan ponsel bermerek. Xiaomi, untuk mengambil salah satu contoh ponsel pintar terjangkau yang hadir dengan desain yang apik dan memanfaatkan teknik pencitraan merek yang canggih. Meskipun tumbuh dengan memanfaatkan industri shanzhai, Xiaomi jarang dikaitkan dengannya. Melainkan telah diterima secara luas sebagai merek telepon nasional yang bisa dibanggakan oleh banyak orang China (Wallis, C. and Qiu, 2012:125).

Sementara beberapa orang mengasosiasikan shanzhai dengan mencuri dan barang-barang berkualitas rendah, ada dukungan shanzhai yang semakin meningkat sebagai contoh utama kreativitas akar rumput China yang telah berinovasi pendekatan open source terhadap manufaktur. Salah satu pendukung yang kuat adalah Bunnie Huang, yang mendapat pengakuan luas saat ia meretas Xbox pada tahun 2003. Huang merinci cara kerja shanzhai sebagai "ekosistem inovasi unik [yang dikembangkan] dengan sedikit pengaruh Barat, berkat isolasi politik, bahasa, dan budaya" (Huang, B. 2013). Produsen Shanzhai sangat menyadari ekonomi pasar global, dan telah mengembangkan strategi tajam dan cerdas untuk bernegosiasi, menumbangkan, mengkritik, menyetrikan, dan mendapatkan keuntungan darinya. Versi shanzhai

awal dan terjangkau dari ponsel pintar, misalnya, dirancang untuk segmen pelanggan yang tidak mampu membeli ponsel mahal dan bermerek yang ada di pasaran.

Ada dua jenis bentuk Shanzhai: ekonomi Shanzhai dan budaya Shanzhai. Yang pertama mengacu pada model bisnis, yang berfokus pada pembuatan dan penjualan tiruan dan produk yang disalin; sedangkan yang terakhir mengacu pada literatur karikaturisasi, film, gambar pribadi, atau organisasi untuk tujuan hiburan (Lin, 2009). Kedua bentuk Shanzhai ini mengacu pada reproduksi tanpa mempedulikan kreativitas produser aslinya. Di bawah ekonomi "Shanzhai", "Shanzhai" adalah industri dominan yang telah mengelilingi seluruh dunia, terutama untuk negara-negara berkembang di Afrika dan Amerika Latin. Sekitar 150 juta ponsel "Shanzhai" terjual pada tahun 2007, diperkirakan oleh pemerintah China. Versi Shanzhai dari iPhone yang disebut "HiPhone" masuk pasar dengan slogan "bukan iPhone, lebih baik dari iPhone". Ponsel itu memiliki merek dagang terdaftar, sistem operasi yang lengkap, dan bahkan baterai tergantikan yang tidak dimiliki iPhone. Produk Shanzhai ini dijual dengan harga kurang dari RMB ¥ 200 (US \$ 30 atau € 16) di pasar yang kompetitif. Produk "Shanzhai" telah menyusup ke pasar untuk setiap hal yang bisa dibayangkan (Field, Bergiel, Bergiel, & Balsmeier, 2008). Contoh lainnya, seperti "Chevy Spark" yang disebut "Chery QQ"; "Adidas" yang disebut "adibas" atau "adidoss" atau banyak lainnya; "KFC" disebut "KFG", dan "Starbucks" disebut "Starbox". Tidak hanya nama merek terkenal internasional ini memiliki versi Shanzhai, namun juga hampir semua produk China dengan nama baik memiliki barang palsu, terutama di industri tembakau dan alkohol.

Tampaknya imitasi menjadi sumber penting bagi keuntungan ekonomi di Pasar Cina. Bentuk imitasi ini melanggar hak kekayaan intelektual untuk perusahaan lain. Namun, "Shanzhai" adalah mode produksi yang memiliki desain yang disesuaikan secara lokal, ditandai

dengan harga murah dan memiliki kinerja multifungsi. Ini bukan sekadar fenomena ekonomi tapi budaya yang telah mengakar secara mendalam dalam sejarah China dan mentalitas rakyatnya. Ini akan didukung jika manufaktur Shanzhai dapat dipandu untuk melegalkan dan berinovasi, sehingga menjadi manufaktur global yang kompetitif. Zara adalah contoh untuk menunjukkan ironi bahwa dalam ekonomi formal, tindakan imitasi dan salinan dapat dilegitimasi dan berhasil. Nama merek Zara telah mendominasi industri ritel fashion dan rahasia kesuksesannya adalah bergerak lebih cepat daripada merek dan pemasok lain dengan harga jauh lebih murah. Namun, Zara sering dikritik oleh merek lain, terutama perancang busana mewah, karena mereka mencampur dan mencocokkan ide dan ide perancang busana teratas dan memproduksinya di seluruh dunia (Lin, 2009). Kekuatan kompetitif Zara ini persis sama dengan ekonomi Shanzhai di China - kemampuan untuk menyalin, dan memodifikasi dengan harga lebih murah.

Indikasi “Shanzai” menunjukkan bahwa "ekonomi menjadi budaya, dan budaya menjadi ekonomi". Setelah sering menyebutkan produk Shanzhai di pasar, orang mulai melabeli kegiatan imitasi dengan biaya rendah dalam praktik kehidupan sehari-hari seperti Shanzhai juga (Frederic Jameson, 1998).

2.3 China dan *World Trade Organization* (WTO)

Bagi China, masuk ke WTO menjadi prioritas bagi negara mereka karena berbagai alasan, salah satunya adalah pencitraan. Keanggotaan telah menandakan bahwa China adalah kekuatan ekonomi yang tumbuh di masyarakat internasional. Sebagai anggota WTO, China juga memiliki kesempatan untuk ambil bagian dalam pengembangan peraturan internasional mengenai perdagangan. Dengan pertumbuhan ekonominya yang luar biasa, negara ini pasti akan

memainkan peran penting dalam perundingan perdagangan selama bertahun-tahun yang akan datang.

Dari pandangan Amerika Serikat, masuknya China ke dalam WTO telah menjadi pedang bermata dua. Sejak aksesinya China, ekonominya berada antara 6-13%, yang diukur dengan persentase perubahan produk domestik bruto. Namun, China juga merupakan rumah bagi pasar gelap yang berkembang. Sebagian besar ekonominya didasarkan pada pemalsuan dimana itu merupakan pelanggaran yang ada pada undang-undang kekayaan intelektual yang ditemukan di belahan barat. Tidak akan mudah untuk memberantas pemalsuan di China tanpa menyakiti ekonomi domestik. Hal ini sangat meresahkan bahwa perusahaan yang didirikan oleh pemerintah daerah beroperasi sebagai beberapa dari 40.000 outlet di seluruh negeri untuk barang-barang palsu ini (Daniel C. Fleming, 2014:28).

Sebelum masuk ke WTO, China mengeluarkan serangkaian undang-undang hak cipta, merek dagang, dan paten baru. Tuntutan ini untuk bentuk kekayaan intelektual yang akan dikenali dan dilindungi di China, berikut ini adalah tindakannya, memberikan judicial review yang lebih besar, dan memperluas cakupan bentuk kekayaan intelektual yang akan diakui dan dilindungi di China. Perlindungan terhadap kekayaan intelektual terus berlanjut menjadi sebuah kemajuan bagi China karena membuat usaha untuk memenuhi komitmen WTO dan melindungi pasar domestiknya sendiri.

Satu saran untuk memperbaiki mekanisme perdagangan terkini dari hak kekayaan intelektual adalah untuk meningkatkan kehadiran dan efektivitas cara pribadi (yaitu, pengadilan dan kontrak) untuk menyelesaikan intelektual. Sistem penegakan asli di China yang didominasi oleh instansi pemerintah di tingkat lokal tidak efektif dan tidak terlokalisasi dalam memberi

pengawasan terhadap hak kekayaan intelektual. China juga mempunyai pengadilan dalam menangani hak kekayaan intelektual ini namun dalam kenyataannya belum sesuai dalam menangani kasus. Cara terbaik dari jalan lain pada saat ini adalah menggunakan Perjanjian TRIPS dan WTO untuk menekan China untuk mereformasi pengadilannya sehubungan dengan masalah kekayaan intelektual sesuai dengan komitmen China terhadap organisasi dan kesepakatan ini (Donald Clarke, 1999:29). Namun pada kenyataannya Perjanjian TRIPs dan WTO belum dapat mengatasi permasalahan HKI (Hak Kekayaan Intelektual) di negara China itu.

Setelah lima belas tahun negosiasi selesai, pada tanggal 11 Desember 2001, Cina menyetujui WTO. Sebagai kekuatan ekonomi terbesar di dunia yang bukan milik WTO, inklusi China dalam organisasi perdagangan global berjanji untuk memberikan keuntungan besar bagi semua orang. Negara-negara maju mendapatkan akses ke pasar China yang sudah luas dan berkembang, dan China terikat tugas untuk mematuhi peraturan dan komitmen WTO. Sementara itu, ekonomi China siap meledak karena China juga mendapatkan akses ke pasar ekspor baru. Ukuran China, dua digit tingkat pertumbuhan ekonomi, dan persediaan tenaga kerja murah yang hampir tak terbatas membuat China siap menjadi pembangkit tenaga listrik ekonomi. Terancam oleh potensi politik dan ekonomi China dan persaingan ketat yang diharapkan dari ekspor China, Amerika Serikat dan Uni Eropa menuntut agar China mengambil kewajiban di luar anggota WIG lainnya (kewajiban WTO-plus) dan China juga tidak berhak hak yang diberikan kepada anggota WTO lainnya (Julia Ya Qin, 2003).

Tuntutan negara maju mencerminkan proteksionisme, karena mereka peduli dengan impor China yang murah. Negara-negara beralasan bahwa kewajiban ekstra sesuai "untuk menilai lapangan kerja bagi industri domestik mereka di pasar dalam negeri mereka dan juga

meningkatkan akses mereka ke pasar China. Isu penting dalam pertarungan ini isu kritis apakah China dapat menyetujui WTO sebagai negara berkembang, mengambil keuntungan dari fleksibilitas dan manfaat yang tersedia bagi negara-negara berkembang, termasuk manfaat mengenai pelaksanaan kewajiban WTO.

TRIPS memberikan perlakuan khusus kepada negara-negara berkembang dan negara-negara terbelakang. Yang paling menonjol, negara-negara terbelakang diberi masa transisi sebelum kewajiban TRIPS mereka dipicu. Selain itu, badan peradilan WTO boleh dibilang harus menafsirkan ketentuan TRIPS lebih baik lagi ke negara-negara berkembang dan memberikan fleksibilitas lebih banyak dalam melaksanakan kewajiban mereka (James Thuo Gathii, 2006). Dengan pemberian perlakuan khusus ini, status negara tertentu memiliki arti penting. WTO tidak mendefinisikan negara-negara berkembang; melainkan negara yang ditunjuk sendiri. Pada akhirnya, keputusan untuk menunjuk sendiri adalah pertanyaan politik. Sepanjang proses akses keseluruhan, China melakukan upaya besar untuk masuk sebagai negara berkembang, terus-menerus mengklaim status negara berkembang yang berhak memberikan perlakuan kepada negara-negara berkembang lainnya. China menghadapi perlawanan keras dari Uni Eropa dan Amerika Serikat, yang menuntut agar China menyetujui negara maju.

Dari sudut pandang pendapatan per kapita, China adalah negara berkembang (Jide Nzelibe, 2007). Dalam setiap arti ekonomi lainnya, bagaimanapun, Cina adalah negara maju, dapat dibedakan dari semua negara berkembang lainnya. Pada akhirnya, China tidak berhasil mendapatkan status negara berkembang yang jelas; Sebaliknya ia menerima posisi yang lebih dikompromikan. Di beberapa daerah, China dianggap sebagai negara berkembang. Namun, di bidang utama lainnya, seperti subsidi, tugas penghubung, dan kekayaan intelektual, Cina mengaksesnya sebagai negara maju.

Dari aksesinya China pada tahun 2001, sampai 2005, Amerika Serikat mengizinkan China untuk menerapkan dan menerapkan kewajiban kekayaan intelektual WTO, meskipun mendapat tekanan dalam negeri Amerika Serikat (*Accession Protocol, supra note 44, annex IA, pt VI b*). Sekali lagi, China lamban menerima kewajibannya. Meskipun China menerapkan banyak perubahan legislatif, penegakan hukum kurang. Pada tahun 2005, USTR menempatkan China pada Priority Watch List-nya untuk perlindungan kekayaan intelektual yang tidak memadai. Selain itu, pada bulan Februari 2006, Amerika Serikat membentuk China Enforcement Task Force, yang fungsinya untuk mempersiapkan kasus WTO melawan China (Martin Khor, 2006).

Dalam upaya untuk menunjukkan komitmennya terhadap penegakan HKI, pada tanggal 4 April 2007, Pengadilan Tinggi Rakyat China dan Kejaksaan Agung mengeluarkan interpretasi ajudisial yang akan menurunkan ambang batas penuntutan HKI dan meningkatkan hukuman atas pelanggaran. Akhirnya, pada tanggal 10 April 2007, Amerika Serikat mengajukan keluhan WTO terhadap China. Langkah ini penting karena menggeser perselisihan Amerika Serikat-China dari upaya sepihak untuk melakukan penegakan HKI ke pendekatan multilateral. Singkatnya, keluhan tersebut menuduh bahwa undang-undang pidana China (1) tidak memberikan pencegah pelanggaran yang memadai, (2) tidak memberikan pemulihan atas pelanggaran merek dagang dan pembajakan hak cipta yang dilakukan "dalam skala komersial," (3) tidak memberikan yang memadai perlindungan untuk karya impor yang menunggu persetujuan memasuki pasar China, dan (4) tidak mengamanatkan pelepasan barang sitaan, malah membiarkan mereka kembali ke saluran komersial (*China-Measures Affecting the Protection and Enforcement of Intellectual Property Rights, 2007*).

Pada tanggal 21 Agustus 2007, Amerika Serikat meminta agar panel WTO menolak pengaduannya. Seperti yang dipersyaratkan, Amerika Serikat dan China membahas keluhan

tersebut dengan harapan bisa mencapai solusi yang disepakati bersama (Steven R. Weisman, 2007). Mereka tidak dapat melakukannya. Pada tanggal 25 September 2007, Amerika Serikat mengajukan permintaan keduanya untuk sebuah panel. Permintaan kedua menghasilkan pembentukan panel secara otomatis oleh Badan Penyelesaian Sengketa WTO pada tanggal 13 Desember 2007.