

BAB IV

KESIMPULAN

Berdasarkan pertanyaan riset “*Apa faktor-faktor yang menghambat perkembangan fair trade di Indonesia?*” dalam penelitian ini penulis dapat menyimpulkan terdapat faktor internal dan eksternal yang dapat menyebabkan mengapa sistem *fair trade* lambat untuk berkembang di Indonesia.

Dari faktor internal sendiri, yakni faktor yang berasal dari dalam organisasi *fair trade* sendiri, terdapat beberapa faktor, yaitu: Pertama, untuk berbisnis dengan sistem *fair trade* tidaklah mudah, dimana organisasi harus mendokumentasikan, melengkapkan legalitas dan menjalankan prinsip-prinsip *fair trade* dengan konsisten. Dimana hal ini akan lebih sulit untuk dilakukan bagi mereka yang belum terbiasa melakukan hal tersebut. Kedua, terkait mekanisme penjualan, oleh karena sistem *fair trade* menginginkan adanya transparansi, maka, penjualan pun akan lebih baik dengan mengikuti pameran agar terjadinya *direct contact* dengan *buyer*, tetapi cara ini tidak sepenuhnya dapat diandalkan oleh karena kondisi zaman yang serba menggunakan teknologi. Ketiga, terkait produk dan inovasi produk, oleh karena organisasi *fair trade* bermain di pasar yang sama (pasar *fair trade*), maka akan berpengaruh juga pada inovasi produk, dimana organisasi tidak akan mendapatkan cukup informasi untuk mengembangkan kreasi produknya. Selain itu, organisasi *fair trade handicraft* Indonesia cenderung mengikuti tren yang diberi oleh *buyer*, sehingga hal ini dapat mengurangi kekhasan dari organisasi tersebut. Keempat, oleh karena organisasi *fair trade handicraft* bergantung pada

perekonomian dunia, yang sekarang tidak menentu kemana arahnya, hal ini juga akan berpengaruh pada sales, sehingga ketika salesnya tidak mencukupi, yang mana hal ini juga akan berdampak pada kurang difokuskannya pada *branding* dan label WFTO, yang padahal peranannya dapat meningkatkan performa organisasi di mata *buyer*. Berbicara mengenai *packaging*, seringkali *buyer fair trade* memlimitasi organisasi untuk membungkus produknya dengan permintaannya, sehingga hal ini dapat memlimitasi *branding* dari organisasi tersebut.

Sedangkan dari faktor eksternal, yakni faktor yang berasal dari luar organisasi, terdapat beberapa alasan yang dapat memlimitasi perkembangan *fair trade* di Indonesia. Alasan pertama, banyak dari masyarakat Indonesia yang tidak tahu dan paham pada sistem *fair trade* yang keberadaannya justru dapat membantu meningkatkan keadaan sosial dan ekonomi pekerja di Indonesia. Kedua, yaitu tidak adanya bantuan dan kebijakan dari pemerintah Indonesia yang mendukung keberadaan sistem *fair trade*. Seringkali mereka mendefinisikan *fair trade* sama dengan *trade fair*. Selain itu, jika pemerintah membantu organisasi *fair trade* di Indonesia dalam hal mengedukasi para pekerja, mereka mengedukasi sama seperti mengedukasi para pekerja seperti biasanya, tanpa membawa nilai-nilai *fair trade* di dalamnya, sehingga organisasi *fair trade* sendirilah yang harus mengajarkan kepada para pekerja mereka sendiri. Karena idealnya, pemerintah dan organisasi memiliki porsinya masing-masing untuk mengedukasi pekerja. Ketiga, oleh karena mayoritas *buyer fair trade* berasal dari mancanegara, tentu pemasukan organisasi *fair trade* akan bergantung pada kondisi ekonomi global. Sehingga, jika terdapat krisis ekonomi global, hal tersebut akan sangat mempengaruhi sales dan

operasional organisasi *fair trade*, yang disebabkan oleh adanya penurunan daya beli dari masyarakat. Di sisi lain, penetrasi pasar domestik di Indonesia dikatakan kurang baik oleh karena masyarakat Indonesia sendiri masih asing dengan sistem *fair trade* dan seringkali mengkonotasikan produk *fair trade* adalah produk yang mahal, padahal *fair trade* sendiri merupakan gerakan *voluntary* yang dapat menyejahterahkan pekerja yang terdampak oleh perdagangan bebas. Keempat, FFTI sebagai forum yang menaungi organisasi *fair trade* di Indonesia mengalami masalah internal, salah satunya yaitu dalam hal finansial, sehingga FFTI belum dapat untuk mengadvokasi secara maksimal pada masyarakat Indonesia. Dan yang terakhir, ketika organisasi *fair trade* telah menjadi anggota WFTO, dalam hal ini, organisasi belum tentu mendapatkan bantuan finansial secara langsung, serta dengan menjadi anggota, hal tersebut tidak dapat menjamin produk yang dijual oleh organisasi *fair trade* akan lebih cepat untuk kejual. Selanjutnya, oleh karena WFTO identik dengan label, label itu pun akan lebih mudah dipakai apabila tujuan pasarnya ialah Eropa. Jikalau pangsa pasarnya Amerika, produk *fair trade* Indonesia dengan label WFTO akan lebih sulit untuk diterima, karena Amerika dan Eropa sendiri memiliki standar *fair trade* yang berbeda.

Dan faktor-faktor yang telah disebutkan diatas memberikan ketidakpastian bagi pelaku bisnis yang ingin berbisnis dengan sistem *fair trade*, sehingga mereka akan lebih memilih untuk berbisnis dengan sistem *free trade*. Sebagai dampaknya, sistem *fair trade* di Indonesia masih terlimitasi untuk berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Alex Nicholls, Charlotte Opal. 2005. "Fair Trade: The Story So Far." In *Fair Trade: Market-Driven Ethical Consumption*, 17-33. SAGE.
- Doh, Jonathan P. 2003. "Nongovernmental Organizations, Corporate Strategy, and Public Policy: NGOs as Agents of Change." In *Globalization and NGOs: Transforming Business, Government, and Society*, 1, 4, 5, 9. Westport: Praeger.
- Hadiwinata, Bob S., and Aknolt K. Pakpahan. 2004. *Fair Trade Gerakan Perdagangan Alternatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Robert Jackson, Geor Sorensen. 2013. "International Political Economy: Classical Theories." In *Introduction to International Relations: Theories and Approaches*, 165-167. Oxford: Oxford University Press.

JURNAL DAN ARTIKEL

- Cristina Zerbini, Donata Tania Vergura, Sabrina Latusi. 2019. "A New Model to Predict Consumers' Willingness to Buy Fair-Trade Products." *Food Research International* 167-172.
- Esperanza, Jennifer S. 2015. "Outsourcing Otherness: Crafting and Marketing Culture in The Global Handicrafts Market." *Hidden Hands in the Market: Ethnographies of Fair Trade, Ethical Consumption and Corporate Social Responsibility* 28: 72-75.
- Fouda, Regine Adele Ngono. 2012. "Protectionism and Free Trade: A Country's Glory or Doom." 3 (5): 351-353.
- Mohajan, Haradhan Kumar. 2018. "Qualitative Research Methodology in Social Sciences and Related Subjects." *Journal of Economic Development, Environmental, and People* 7 (1): 24, 26, 28.
- Reynolds, Laura T. 2020. *Fair Trade*. Vol. 5, in *International Encyclopedia of Human Geography*, 9-13. Colorado.

LAPORAN

BPS, Bappenas, UNDP. 2001. *Towards A New Consensus Democracy and Human Development in Indonesia*. Indonesia Human Development Report, Jakarta: BPS-Statistics Indonesia, Bappenas and UNDP Indonesia.

Maharani, CV. 2018. *Annual Report CV Maharani*. Annual Report, Badung: CV Maharani, 4.

PIAGAM

2009. "A Charter of Fair Trade Principles." *WFTO*. Januari. Accessed Februari 2020. [https://wfto.com/sites/default/files/Charter-of-Fair-Trade-Principles-Final%20\(EN\).PDF](https://wfto.com/sites/default/files/Charter-of-Fair-Trade-Principles-Final%20(EN).PDF).

PROFIL PERUSAHAAN

Centre, Lombok Pottery. 2019. *Lombok Pottery Centre Company Profile*. Company Profile LPC, Mataram: Lombok Pottery Centre.

SITUS WEB

2020. *Kementerian Keuangan Republik Indonesia*. Agustus 24. Diakses Januari 28, 2021. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>.

Arbi, Ivany Atina. 2019. *The Jakarta Post*. Desember 14. Diakses September 28, 2020. <https://www.thejakartapost.com/news/2019/12/14/indonesia-breaks-into-undps-high-human-development-category.html>

Asmara, Chandra Gian. 2019. *CNBC Indonesia*. April 24. Diakses Desember 4, 2020. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20190424132607-4-68556/jokowi-bicara-potensi-industri-kerajinan-tangan-di-inacraft> .

Apikri. Diakses Juli 25, 2020. <http://apikri.com/content/4-about-us>.

Arum Dalu Fair Trade. Diakses Juli 24, 2020. <https://arumdalufairtrade.com/products/>.

Biansa Home Fair Trade. Diakses September 25, 2020. <https://www.biansahome.com>

- Forum Fair Trade Indonesia*. Diakses Juli 24, 2020.
<https://www.fairtradeindonesia.com/members/arum-dalu/> .
- Forum Fair Trade Indonesia*. Diakses Desember 4, 2020.
<https://www.fairtradeindonesia.com/members/>.
- Forum Fair Trade Indonesia*. Diakses Januari 4, 2021.
<https://www.fairtradeindonesia.com/about-us/>.
- Indo Risakti*. Diakses September 25, 2020. <https://indo-risakti.com/about-us/>.
- Indo Risakti*. Juni 13 2016. Diakses Januari 9, 2021.
<https://indorisakti.com/articles/indo-risakti-sebagai-anggota-wfto-wfto-world-fair-trade-organization/>.
- Mitra Bali*. Diakses Juli 25, 2020. <http://mitrabali.com/about-mitra-bali/>.
- Pekerti*. Diakses Januari 2020. <https://pekerti.com/id/fair-trade-2/10-prinsip-fair-trade/>.
- Pekerti*. Diakses Januari 2020. <https://pekerti.com/id/fair-trade-2/apa-itu-wfto/>.
- Pekerti*. Diakses Juli 24, 2020. <https://pekerti.com/en/program/>.
- Pekerti*. Diakses Juli 22, 2020. <https://pekerti.com/id/tentang-kami/> .
- Pekerti*. Diakses Juli 24, 2020. <https://pekerti.com/en/product/>.
- Pekerti Nusantara*. Diakses Juli 22, 2020. <https://pekerti.com/en/about/>.
- Ten Thousand Villages*. Diakses Juli 25, 2020.
<https://www.tenthousandvillages.com/lombok> .
- United Nations Development Programme*. Diakses Juli 26, 2020.
<http://hdr.undp.org/en/content/latest-human-development-index-ranking>.
- United Nations Development Programme*. Diakses Januari 11, 2021.
<http://hdr.undp.org/en/content/human-development-index-hdi>.
- Hasan, Rofiqi. 2016. *Tempo.co*. Februari. Diakses Februari 2020.
<https://bisnis.tempo.co/read/744713/mitra-bali-jadi-produsen-pertama-indonesia-raih-fair-trade>.
- WFTO*. Diakses Desember 4, 2020. <https://wfto.com/who-we-are#search-wfto-members>.

WFTO Europe. Agustus 2 2016 . Diakses Oktober 31, 2020. <https://wfto-europe.org/the-10-principles-of-fair-trade-2/>.

XS Project. Diakses Januari 9, 2021. <https://xsproject-id.org/products/page/2/>.

XS Project. Diakses Januari 9, 2021. <https://xsproject-id.org/about-us/>.

XS Project. Diakses Januari 9, 2021. <https://xsproject-id.org/our-programs/>.

WAWANCARA

Cemara, Ayu, diwawancara oleh Aurelia Hanna. 2020. *Lombok Pottery Centre* (Juli 16).

Cemara, Ayu, diwawancara oleh Aurelia Hanna. 2020. *Lombok Pottery Centre* (Agustus 26).

Cemara, Ayu, diwawancara oleh Aurelia Hanna. 2020. *Lombok Pottery Centre* (September 3).

Duarsa, Hani, diwawancara oleh Aurelia Hanna. 2020. *Mitra Bali Fair Trade* (Agustus 21, 24).

Duarsa, Hani, diwawancara oleh Aurelia Hanna. 2020. *Mitra Bali Fair Trade* (September 4).

Febriana, Netty, diwawancara oleh Aurelia Hanna. 2020. *Biansa Home Fair Trade* (Agustus 24).

Setiawati, Irene, diwawancara oleh Aurelia Hanna. 2020. *CV. Maharani* (Agustus 15).

Setiawati, Irene, diwawancara oleh Aurelia Hanna. 2021. *CV. Maharani* (Januari 8).

Sukamta, Yanti, diwawancara oleh Aurelia Hanna. 2020. *Apikri Craft* (Agustus 20).

Sukamta, Yanti, diwawancara oleh Aurelia Hanna. 2020. *Apikri Craft* (September 1).