



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN - PT NO: 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2019

Limitasi Perkembangan *Fair Trade* di Indonesia

Skripsi

Oleh

Aurelia Hanna Christine

2017330014

Bandung

2021



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional

Terakreditasi A

SK BAN - PT NO: 3095/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2019

Limitasi Perkembangan *Fair Trade* di Indonesia

Skripsi

Oleh

Aurelia Hanna Christine

2017330014

Pembimbing

Giandi Kartasmita, S.IP., M.A.

Bandung

2021

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Hubungan Internasional
Program Studi Ilmu Hubungan Internasional



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Aurelia Hanna Christine
Nomor Pokok : 2017330014
Judul : Limitasi Perkembangan *Fair Trade* di Indonesia

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Selasa, 26 Januari 2021
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Aknolt K. Pakpahan

: 

Sekretaris

Giandi Kartasmita, S.IP., MA

: 

Anggota

Dr. A. Irawan J.H

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aurelia Hanna Christine

NPM : 2017330014

Program Studi : Ilmu Hubungan Internasional

Judul : Limitasi Perkembangan *Fair Trade* di Indonesia

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 12 Januari 2021



Aurelia Hanna Christine

ABSTRAK

Nama : Aurelia Hanna Christine

NPM : 2017330014

Judul : Limitasi Perkembangan *Fair Trade* di Indonesia

Sistem perdagangan bebas yang mendominasi perdagangan global selama beratus-ratus tahun, telah berakibat pada tidak dipenuhinya hak produsen kecil, terutama di negara berkembang, salah satunya yaitu di Indonesia. Untuk menangani hal tersebut, lahirlah sistem *fair trade* yang diprakasai oleh negara maju, sebagai sistem yang akan membantu produsen untuk mendapatkan hak yang seharusnya mereka dapatkan. Di Indonesia, terdapat beberapa organisasi yang berbisnis dengan mengimplementasikan sistem *fair trade*. Dan dampak positifnya telah terasa oleh produsen yang bekerja dengannya. Tetapi, jumlah organisasi *fair trade* tidak sebanding dengan jumlah organisasi yang berbisnis dengan sistem *free trade*. Dan hal inilah menimbulkan pernyataan bahwa perkembangan *fair trade* di Indonesia masih terlimitasi. Maka dari itu, pertanyaan penelitian yang diambil adalah “Apa faktor-faktor yang memlimitasi perkembangan *fair trade* di Indonesia”? Untuk menjawab pertanyaan tersebut, penulis mengambil sampel data yang didapatkan dari 5 organisasi kerajinan tangan *fair trade* Indonesia dengan proses wawancara. Dipilihnya organisasi kerajinan tangan yaitu dikarenakan mayoritas organisasi *fair trade* yang berada di Indonesia berbisnis dalam bidang kerajinan tangan.

Kata Kunci : *Fair trade*, Indonesia, perkembangan, limitasi, organisasi kerajinan tangan.

ABSTRACT

Name : Aurelia Hanna Christine

NPM : 2017330014

Title : Limitation of Fair Trade Development in Indonesia

The free trade system that has dominated global trade for hundreds of years, has resulted in not fulfilling the rights of small producers, especially in developing countries, one of them is in Indonesia. To deal with this, a fair trade system initiated by developed countries, as a system that would help producers to get the rights they should have. In Indonesia, there are several organizations that do business by implementing a system of fair trade. And the positive impact has been felt by the producers who work with them. However, the number of fair trade organizations is not proportional to the number of organizations that do business with the system of free trade. And this has led to a statement that the development of fair trade in Indonesia is still limited. Therefore, the research question taken is "What are the factors that limit the development of fair trade in Indonesia"? To answer this question, the authors took a sample of data obtained from 5 fair trade handicraft organizations in Indonesia through an interview process. The choice of handicraft organizations is because the majority of fair trade organizations in Indonesia do business in the handicraft sector.

Key Words : Fair trade, Indonesia, development, limitation, handicraft organization.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan YME, karena atas kebaikan, kesetiaan, penyertaan dan kasih karuniaNya saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “**Limitasi Perkembangan *Fair Trade* di Indonesia**” boleh selesai tepat waktunya. Tanpa penyertaanNya, penulis tidak akan mampu menyelesaikan penelitian ini.

Penelitian ini ditulis untuk mencari tahu faktor-faktor apa saja yang dapat memlimitasi perkembangan *fair trade* di Indonesia, padahal *fair trade* sendiri justru dapat membantu menyejahterakan produsen kecil di Indonesia yang selama ini kehidupannya telah tereksplorasi oleh sistem perdagangan bebas yang mendominasi perdagangan dunia selama beratus-ratus tahun. Penulis berharap dengan dituliskannya penelitian ini dapat berkontribusi terhadap studi Ilmu Hubungan Internasional, tepatnya pada studi *Fair Trade* Sebagai Perdagangan Alternatif. Di sisi lain, penelitian ini ditulis dengan tujuan untuk memperoleh gelar Strata Satu (1) Program Studi Ilmu Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini belum sempurna dan meminta maaf atas kekurangan yang mungkin ditemukan dalam penelitian ini. Penulis juga terbuka atas kritik, saran dan rekomendasi dari pihak-pihak lain yang dapat membantu penulis untuk melengkapi penelitian akhir ini. Dengan demikian, penelitian ini akan menjadi penelitian yang sempurna apabila didukung dari masukan-masukan pihak terkait.

Bandung, 12 Januari 2020



Aurelia Hanna Christine

UCAPAN TERIMA KASIH

“I can do all things through Christ who strengthens me”

Philippians 4:13

“..With man this is impossible, but with God all things are possible”

Matthew 19:26

“Karena masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang”

Amsal 23:18

- Saya berterima kasih kepada Tuhan saya, Yesus Kristus, karena kebaikan, kasih setia, kesabaran, dan penyertaanNya saya dapat menyelesaikan skripsi saya tepat pada waktunya. Ia juga selalu ada bersama-sama dengan saya di segala musim kehidupan saya, terutama dalam pengerjaan skripsi saya, Ia tetap hadir dan menuntun saya.
- Saya juga berterima kasih kepada orang tua saya, karena atas berkat doa dan dukungan mereka saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Selain itu, saya juga berterima kasih kepada kedua adik saya, David dan Jeanice, karena mereka selalu mengisi hari-hari saya dengan warna.
- Saya berterima kasih kepada dosen pembimbing saya Mas Giandi, karena Mas Gi telah membantu, membimbing dan menenangkan saya ketika saya dibawah tekanan. Maaf ya mas saya banyak salah.....
- Saya juga ingin berterima kasih kepada Mba Anggi selaku dosen wali saya, karena Mba Anggi telah membantu dalam doa dan membantu menyemangati saya dalam pengerjaan skripsi ini.
- Saya berterima kasih kepada Bu Hani, Bu Netty, Bu Yanti, Mbak Irene, dan Mbak Ayu yang telah menyempatkan waktunya untuk saya wawancara terkait pengerjaan skripsi saya, walaupun hanya melalui email. Sekali lagi terima kasih banyak Bu dan Mbak atas bantuannya...
- Saya berterima kasih kepada saudara saya Joanna Nadia, yang senantiasa mendukung saya untuk selalu tetap semangat dan giat dalam menjalani

kehidupan saya...Ia juga selalu mengingatkan saya untuk melakukan segala hal untuk Tuhan dan bukan manusia.

- Saya berterima kasih kepada teman-teman dekat saya (Ace, Erma, Miranda, Chintya, Adit) yang selalu mendukung dan menyemangati saya, terutama dalam pengerjaan skripsi ini.
- Saya berterima kasih kepada delegasi Afghanistan (Jessica, Desak, Cece, Miranda, Shania, Kiki, Chintya, Sekar). Terima kasih ya teman, mau pengertian dan selalu menyemangati saya dalam pengerjaan skripsi saya.
- Saya juga berterima kasih kepada anggota Ants. Terima kasih ya guys, kalian selalu *bring positive vibes into my life*.
- Saya juga ingin berterima kasih kepada diri saya. “Good job Hanna, you finished your undergrad thesis well. I am so proud of you! Do not give up! Keep your spirits up! Every problem has its own deadline! And know that God is in control! Do not worry about anything in your life, because God himself will show which way you should take! And of course do not compare yourself to others! You are unique and loved”.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	
SURAT PERNYATAAN.....	
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR SINGKATAN.....	xi
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	5
1.2.1. Deskripsi Masalah.....	5
1.2.2. Pembatasan Masalah.....	7
1.2.3. Perumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	8
1.3.2. Kegunaan Penelitian.....	8
1.4. Kajian Literatur.....	9
1.5. Kerangka Pemikiran.....	16

1.6.	Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	23
1.6.1.	Metode Penelitian.....	23
1.6.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	25
1.7.	Sistematika Pembahasan.....	25
BAB II: FAIR TRADE.....		27
2.1	Sejarah <i>Fair Trade</i>.....	27
2.2	<i>Fair Trade</i> di Indonesia.....	34
2.3	Organisasi <i>Handicraft Fair Trade</i> di Indonesia.....	37
2.3.1	<i>Pekerti Craft</i>	37
2.3.2	<i>Apikri Craft</i>	39
2.3.3	<i>Lombok Pottery Centre (LPC)</i>	41
2.3.4	<i>Arum Dalu Fairtrade</i>	43
2.3.5	<i>Mitra Bali Fair Trade</i>	45
2.3.6	<i>C.V Maharani</i>	47
2.3.7	<i>XS Project</i>	49
2.3.8	<i>Indo Risakti</i>	51
2.3.9	<i>Biansa Home FairTrade</i>	52
2.4	Jumlah Organisasi <i>Fair Trade Handicraft</i> di Indonesia.....	53
BAB III: LIMITASI PELAKSANAAN FAIR TRADE DI		
INDONESIA.....		54
3.1	Faktor Internal.....	55
3.1.1	Hambatan Memasuki <i>Fair Trade</i>	55
3.1.2	Mekanisme Penjualan.....	58

3.1.3	Produk.....	61
3.1.3.1	Produk yang Dijual.....	61
3.1.3.2	Inovasi Produk.....	63
3.1.4	<i>Branding</i> , Label WFTO, <i>Packaging</i>	64
3.1.4.1	<i>Branding</i>	64
3.1.4.2	Label WFTO.....	66
3.1.4.3	<i>Packaging</i>	67
3.1.5	Kebutuhan Pasar.....	68
3.2	Faktor Eksternal.....	71
3.2.1	<i>Buyer & Sales</i>	71
3.2.2	FFTI dan WFTO.....	76
3.2.2.1	FFTI.....	76
3.2.2.2	WFTO.....	81
3.2.3	Peran Pemerintah Indonesia.....	83
3.3	Epilog.....	86
BAB IV:	KESIMPULAN.....	90
	DAFTAR PUSTAKA.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar	1.5.1 Posisi NGO sebagai Penengah.....	22
--------	--	----

DAFTAR TABEL

Tabel	1.4.1 Peningkatan Penjualan Produk <i>Fair Trade</i> di Negara Maju.....	11
Tabel	3.6.1 Sales Apikri Craft.....	74
Tabel	3.6.2 Sales CV. Maharani.....	74

DAFTAR SINGKATAN

ASN	: Aparatur Sipil Negara
BEDO	: Business & Export Development Organization
CBI	: Centre for The Promotion of Imports from Developing Countries
FFTI	: Forum Fair Trade Indonesia
GATT	: General Agreement on Tariffs and Trade
HDI	: Human Development Index
HRD	: Human Resource Development
ILO	: International Labor Organization
MNC	: Multinational Corporation
NGO	: Non- Governmental Organization
OXFAM-GB	: The Oxford Committee for Famine Relief - Great Britain
SDM	: Sumber Daya Manusia
UKM	: Usaha Kecil Menengah
UMR	: Upah Minimum Regional
WFTD	: World Fair Trade Day
WFTO	: World Fair Trade Organization
WTO	: World Trade Organization

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan sehari-hari terdapat banyak aspek yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan seorang individu. Aspek tersebut dapat dilihat dari aspek politik, budaya, sosial, lingkungan, juga ekonomi. Salah satu aspek yang sering dijumpai ialah aspek ekonomi. Pembahasan aspek ekonomi meliputi penilaian dan pembelajaran dari aktivitas manusia mengenai kebutuhannya, seperti produk apa yang disenangi, dibutuhkan, dan ingin dimiliki. Untuk memenuhi kebutuhan setiap individu, dibutuhkannya produsen-produsen yang memproduksi dan menyediakan produk atau jasa dalam sektor yang berbeda. Hal ini juga ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan suatu individu dalam suatu wilayah tertentu. Maka, untuk memenuhi kebutuhan satu dengan yang lain, terjadilah perdagangan antar individu (konsumen dengan produsen), dimana kedua aktor tersebut memiliki kesepakatan terhadap pertukaran barang ataupun jasa, untuk kepentingan bersama.

Di dalam sistem internasional, perdagangan dapat terjadi antar negara, MNCs, organisasi maupun individu. Hal ini dikarenakan tidak ada satu aktor pun yang dapat bertahan sendiri untuk memenuhi kebutuhannya tanpa melakukan perdagangan. Perdagangan dalam sistem internasional dikenal sebagai perdagangan bebas atau *free trade*. Perdagangan bebas adalah sistem yang memperdagangkan barang atau jasa tanpa adanya intervensi pemerintah di suatu negara. Selain intervensi yang dapat menghambat suatu perdagangan, kebijakan

proteksionisme merupakan faktor lain yang dapat membatasi pertukaran barang dan jasa, yakni melalui sistem tarif dan kuota antar negara. David Ricardo, seorang ekonom klasik menuturkan bahwa perdagangan akan menguntungkan pihak-pihak yang memiliki peluang biaya produksi yang berbeda.¹ Dan hal tersebut dapat menciptakan pemenang dan pecundang, serta menciptakan persaingan di antara produsen.²

Dengan adanya perdagangan bebas, negara sebagai aktor utama, tidak semuanya diuntungkan, melainkan terdapat beberapa negara yang dirugikan, yakni negara-negara berkembang yang baru memiliki industri, dan yang harus sudah siap bersaing dengan industri-industri dalam lingkup internasional.³ Jika negara berkembang sudah menyetujui terkait mekanisme perdagangan bebas, seperti menjadi anggota sebuah organisasi, tetapi belum memiliki daya saing secara internasional, maka akan terjadi ketimpangan. Negara yang belum memiliki daya saing yang cukup, dapat dikarenakan oleh beberapa hal, salah satunya ialah mengenai kapasitas manusia yang belum mampu untuk bersaing. Karena selama ini, penduduk di negara berkembang masih berorientasi pada pertanian, dan bukan industri manufaktur yang telah diaplikasikan oleh negara maju.

Penduduk yang berada di negara berkembang memiliki keterbatasan dalam memproduksi produk yang akan dijual. Tidak seperti negara maju, yang sudah memiliki mesin untuk mencetak ribuan produk dalam waktu yang singkat. Keterbatasan tersebut dikarenakan oleh belum luasnya wawasan masyarakat di

¹ Regine Adele Ngonu Fouda, "Protectionism and Free Trade: A Country's Glory or Doom", *International Journal of Trade, Economics and Finance* 3, no 5 (2012): 351, <http://www.ijtef.org/papers/226-CF312.pdf>

² *Ibid.*, 352.

³ *Ibid.*, 353.

negara berkembang, sehingga kaum borjuis atau kaum pemilik modal dapat mengeksploitasi pekerja, dengan menekan upah mereka demi mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Selain itu, untuk memenuhi keinginannya, kaum pemilik modal sering membahayakan alam, dimana mereka melakukan penerbangan secara liar untuk membangun pabrik-pabrik dan mencemari lingkungan dengan kandungan kimia yang berbahaya.

Dengan adanya ketidakseimbangan, muncul konsep baru, yakni konsep *fair trade* atau perdagangan yang adil, sebagai solusi untuk meminimalisir dampak dari perdagangan bebas. Konsep *Fair Trade* mulai diperkenalkan oleh organisasi-organisasi dari Barat, seperti OXFAM-GB dari Inggris, TransFair dari Jerman dan lainnya. Untuk meningkatkan keadilan, *fair trade* memiliki 10 prinsip yang tertulis dalam *World Fair Trade Organization* (WFTO) sebagai asosiasi global yang memayungi organisasi-organisasi *fair trade* yang ada di dunia. Kesepuluh prinsip tersebut ialah:⁴

- 1) *Creating Opportunities for Economically Disadvantaged Producer*
- 2) *Transparency and Accountability*
- 3) *Fair Trading Practices*
- 4) *Payment of a Fair Price*
- 5) *Ensuring no Child Labour and Forced Labour*
- 6) *Commitment to Non Discrimination, Gender Equity and Women's Economic Empowerment, and Freedom of Association*
- 7) *Ensuring Good Working Conditions*
- 8) *Providing Capacity Building*
- 9) *Promoting Fair Trade*
- 10) *Respect for the Environment*

⁴ "10 Principles of Fair Trade", Pekerti, diakses 18 Februari 2020, <https://pekerti.com/id/fair-trade-2/10-prinsip-fair-trade/>

Kesepuluh prinsip tersebut menjelaskan mengenai pentingnya keadilan bagi para pekerja, transparansi dalam organisasi terkait produk yang akan produksi, harga bahan baku, dan nilai jual dari produk tersebut. Lalu, prinsip tersebut memastikan bahwa tidak ada anak yang bekerja dibawah umur, karena dalam perdagangan bebas hal ini tidak diperhatikan, dimana banyak anak yang tidak bersekolah, oleh karena mereka disuruh bekerja dengan orang tuanya untuk mendapatkan uang demi memenuhi kebutuhan keluarganya. Selain itu, prinsip *fair trade* juga ikut turut serta dalam membangun kapasitas manusia, seperti mengasah kemampuan mereka dalam bekerja, memberikan pengarah dan inovasi, dan prinsip ini juga tidak lupa untuk memperhatikan alam.

Di Indonesia sendiri, *fair trade* belum terlaksana dengan baik, hal tersebut disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya *fair trade* yang dapat memperbaiki dan meningkatkan kesejahteraan sosial-ekonomi produsen, serta lingkungan. Hal ini bisa dilihat dari *Human Development Index (HDI)*⁵ Indonesia yang hanya mencapai angka 0,7 di tahun 2019, sedangkan mayoritas negara maju pada tahun yang sama sudah mencapai angka 0,9.⁶

Selain faktor kurangnya pengetahuan masyarakat, *fair trade* masih terhambat berkembang di Indonesia, hal ini juga disebabkan oleh faktor budaya yang ada di Indonesia sendiri. Jika kesepuluh prinsip *fair trade* berbicara mengenai

⁵ HDI adalah alat ukur untuk mengetahui perkembangan suatu negara. HDI diukur dari Kesehatan dan umur panjang penduduk, luasnya pengetahuan masyarakat, dan apakah masyarakat suatu negara telah memiliki standar hidup yang layak

⁶“Latest Human Development Index Ranking”, United Nations Development Programme, diakses 9 Januari 2021, <http://hdr.undp.org/en/content/latest-human-development-index-ranking>

pentingnya dialog, transparansi, kesetaraan *gender*, tidak ada pekerja anak dibawah umur, keadilan dalam hal upah dan kondisi kerja yang aman untuk pekerja, hal tersebut secara garis besar belum dilakukan di Indonesia. Dimana pemilik UKM masih membayar upah pekerja dibawah UMR yang ditetapkan oleh pemerintah, serta belum didukungnya kenyamanan lingkungan para pekerja untuk bekerja. Di sisi lain, di Indonesia sendiri masih memiliki budaya ‘banyak anak banyak rezeki’, sehingga dengan banyaknya anak, dan apabila orangtuanya tidak sanggup memenuhi kebutuhan keluarganya, maka berapa pun umur anaknya, anaknya akan disuruh bekerja untuk menghasilkan uang. Lalu, berbicara mengenai kesetaraan *gender*, hal ini belum sepenuhnya diberlakukan, karena budaya yang ada di Indonesia didominasi oleh budaya patriarki. Serta, budaya dialog dan transparansi juga masih belum ada di Indonesia, sehingga hal ini dapat menyebabkan tidak adanya rasa keterbukaan dan kepercayaan di antara masyarakat Indonesia sendiri.

Maka dari itu, penelitian ini akan membahas lebih lanjut mengenai faktor-faktor lain yang dapat melimitasi perkembangan *fair trade* di Indonesia. Penelitian ini penting untuk dilakukan agar dapat membuka wawasan masyarakat Indonesia mengenai pentingnya *fair trade* sebagai perdagangan alternatif yang dapat meminimalisir korban dari perdagangan bebas di Indonesia.

1.2. Identifikasi Masalah

1.2.1. Deskripsi Masalah

Fair Trade atau perdagangan adil adalah perdagangan yang menekankan pada pentingnya prinsip berkeadilan untuk diterapkan pada produsen kecil dan alam.

Prinsip ini sudah mulai diaplikasikan lebih dari 300 perusahaan yang tersebar di 70 negara di seluruh dunia. Sebanyak 65% anggota WFTO telah tersebar di Asia, Timur Tengah, Afrika dan Amerika Selatan, dan sisanya di Amerika, Pasifik dan Eropa.⁷ Dengan banyaknya organisasi yang sudah mengaplikasikan prinsip *fair trade*, hal tersebut membuktikan bahwa tingkat kesadaran masyarakat sudah meningkat terkait pentingnya perdagangan yang adil di banyak aspek. Hal ini juga dikarenakan *fair trade* memiliki keunggulan dari *free trade*, dimana *free trade* yang lebih berfokus meraup keuntungan dengan maksimal, mengeksploitasi pekerja, dan alam, tetapi, *fair trade* melakukan yang sebaliknya, yaitu *fair trade* dapat mengurangi ketimpangan pada produsen yang disebabkan oleh sistem *free trade* melalui ekonomi yang berkelanjutan. Hal ini dilakukan untuk kepentingan sesama di masa kini, maupun di masa yang akan mendatang.

Untuk menjalankan prinsip berkeadilan di dunia yang didominasi oleh sistem kapitalisme tidaklah mudah, hal ini dikarenakan mayoritas masyarakat lebih *familiar* pada *free trade* yang beridentik dengan harga murah, sehingga ketika mereka melihat produk *fair trade*, mereka selalu mengkonotasikan produk tersebut dengan harga yang lebih mahal tetapi memiliki kualitas yang sama seperti produk *free trade*. Padahal, jika ditelusuri lebih lanjut *fair trade* sendiri merupakan perdagangan yang dapat meminimalisir dampak *free trade*, dimana *fair trade* tidak menekan upah pekerja, tidak mengeksploitasi alam secara sembarangan, dan *fair trade* turut serta menjaga kondisi kerja yang baik bagi para pekerjanya.

⁷“Apa itu WFTO (World Fair Trade Organization)”, Pekerti, diakses pada 18 Februari 2020
<https://pekerti.com/id/fair-trade-2/apa-itu-wfto/>

Fair trade sendiri di Indonesia belum berkembang. Tidak seperti di Eropa, dimana banyak orang sudah mengetahui dan mendukung bisnis *fair trade*. Belum berkembangnya *fair trade* di Indonesia hal ini bisa dilihat dari perbandingan jumlah organisasi yang berbisnis, dimana organisasi yang berbisnis dengan *fair trade* menurut FFTI sebagai forum yang membawahi organisasi *fair trade* yang ada di Indonesia yaitu hanya mencapai 17 organisasi,⁸ sedangkan unit bisnis yang berbisnis dengan sistem *free trade* di Indonesia telah mencapai angka 64,2 juta menurut data Kementerian Koperasi, dan Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) pada tahun 2018.⁹

1.2.2. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini, masalah akan difokuskan pada organisasi *fair trade* Indonesia yang berbisnis dalam bidang *handicraft*. Hal ini dikarenakan mayoritas organisasi *fair trade* yang berada di Indonesia berbisnis dalam bidang *handicraft*. Selain itu, pembatasan masalah juga akan dibatasi oleh organisasi *handicraft* yang nama organisasinya sudah tertulis di laman FFTI dan WFTO.

1.2.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan di bagian yang sebelumnya, maka, perumusan masalah dapat dirumuskan sebagai

⁸ "Members", Forum Fair Trade Indonesia, diakses 28 Januari 2021
<https://www.fairtradeindonesia.com/members/>

⁹ "UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit", Kementerian Keuangan Republik Indonesia (Agustus 24 2020) diakses 28 Januari 2021 <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>

berikut “**Apa faktor-faktor yang membatasi perkembangan *fair trade* di Indonesia?**”

Upaya yang dimaksud adalah untuk mencari tahu faktor-faktor seperti apa yang dapat membatasi perkembangan sistem *fair trade* di Indonesia, yang padahal sistem ini dapat mengurangi korban dari sistem *free trade*, serta juga dapat meningkatkan keadilan pada kehidupan sosial-ekonomi produsen, serta lingkungan.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan bagaimana perkembangan *fair trade* di Indonesia
2. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat membatasi perkembangan *fair trade* di Indonesia.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Menambah referensi mengenai faktor-faktor yang dapat membatasi perkembangan *fair trade* di Indonesia.
2. Menambah referensi mengenai organisasi *fair trade* bidang *handicraft* yang berada di Indonesia.
3. Menambah referensi bagi pihak yang memiliki ketertarikan dalam bidang *fair trade*.

1.4 Kajian Literatur

Laura T Reynolds. “Fair Trade” International Encyclopedia of Human Geography. 2nd edition, Vol 5 (2020)

Artikel yang ditulis Laura T Reynolds menjelaskan bahwa *fair trade* atau perdagangan adil adalah suatu kritik terhadap ketidaksetaraan pada perdagangan internasional. *Fair trade* ditujukan untuk mengurangi kemiskinan dan memperdayakan produsen-produsen di daerah Selatan, melalui sumber informasi-materi, hubungan dengan pasar yang stabil dan melalui harga yang lebih baik.¹⁰ Untuk definisi yang lebih jelas terkait *fair trade*, Laura mengutip definisi *fair trade* dari WFTO yang sebagai berikut:¹¹

“Fair trade is a trading partnership, based on dialog, transparency, and respect that seeks greater equity in international trade. It contributes to sustainable development by offering better trading conditions to, and securing the rights of, marginalized producers and workers – especially in the South. Fair trade organizations (backed by consumers) are engaged actively in supporting producers, awareness raising and in campaigning for changes in the rules, and practice of conventional international trade.”

¹⁰ Laura T Reynolds, “Fair Trade”, *International Encyclopedia of Human Geography* 5, (2020): 9, <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-102295-5.10059-9>

¹¹WFTO, “A Charter of Fair Trade Principles”, (Januari 2009): 6, [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)

Dalam pernyataan diatas, dijelaskan bahwa *fair trade* bekerja melalui pasar, yang mementingkan kondisi produsen, pekerja dan ekologi untuk menciptakan sebuah produk, serta ditujukan sebagai kritik terhadap pasar konvensional yang tidak memperhatikan keadilan. Di sisi lain, *fair trade* ikut memperkenalkan kepedulian sosial dan lingkungan yang disertifikasi. Untuk mendapatkan sebuah sertifikasi, produk yang diproduksi harus memiliki beberapa syarat, yakni produk tersebut harus memiliki standar sosial yang tinggi, peduli terhadap lingkungan dan pekerja *fair trade* harus tergabung dalam koperasi yang demokratis. *Fair trade* tidak hanya berdiri sebagai suatu konsep atau prinsip yang mendefinisikan perdagangan, tetapi, *fair trade* dapat membentuk bagian atau kelompok perdagangan di arena lokal, nasional dan transional (seperti organisasi non-pemerintah). Yang mana dalam hal ini, *fair trade* dapat mengatur praktik-praktik perusahaan.¹²

Fair trade ditujukan untuk mengurangi ketidaksetaraan perdagangan antara Utara dan Selatan, dimana *fair trade* ingin adanya peningkatan konsumsi yang bertanggung jawab di Utara terhadap barang yang diproduksi di Selatan dengan kondisi yang adil. Untuk mendorong peningkatan konsumsi masyarakat, diperlukannya peran dari organisasi non-pemerintah yang berkomitmen untuk menopang jaringan komoditas. Selain itu, dari sisi lingkungan yang semakin prihatin, hal tersebut dapat meningkatkan kesadaran manusia terhadap lingkungan sekitarnya. Dan hal itu dapat mengubah persepsi manusia dalam menilai suatu produk atau barang, yang mana manusia akan cenderung membeli produk yang

¹² *Ibid.*,

tidak merusak lingkungan. Dalam hal ini, organisasi yang bergerak dalam *fair trade* dapat mempromosikan produk mereka ke masyarakat melalui pelabelan terhadap produk mereka yang memperhatikan aspek lingkungan. Dan dengan adanya pelabelan, hal tersebut dapat meningkatkan penjualan produk *fair trade* di negara maju,¹³ yang ditunjukkan oleh tabel dibawah ini.

Gambar 1.4.1 Peningkatan Penjualan Produk *fair trade* di Negara Maju

	2004	2006	2008	2010	2012	2014
Europe						
UK	256	514	1,297	1,782	2,449	2,762
Germany	72	138	313	451	685	1,104
Switzerland	169	179	249	292	401	511
France	87	209	376	402	444	491
Sweden	7	20	107	144	230	401
Ireland	6	15	44	183	225	304
Netherlands	43	52	90	158	239	286
Finland	9	28	80	123	196	216
North America						
USA	267	627	1,116	1,243	1,436 ^b	766 ^c
Canada	22	68	189	259	235	301
Pacific						
Australia/ NZ	1	9	27	167	242	281
Total^d	1,034	2,039	4,262	5,727	6,155	8,311

Sumber: "Fair Trade" *International Encyclopedia of Human Geography 2nd edition* 5 (2020): 11

Pasar *fair trade* didorong oleh kebijakan neo-liberal yang meluas. Kehadiran pasar *fair trade* ditujukan untuk bersaing dengan pasar konvensional. Dimana *fair trade* dapat mempekerjakan pekerja yang menjunjung nilai keadilan terhadap hak-hak pekerja (buruh). Asia memiliki 200 perusahaan bersertifikat *fair trade*, yang berlokasi di 19 negara, walau hanya 200 perusahaan, Asia menyumbang setengah dari seluruh pekerja yang dipekerjakan dalam memproduksi *fairtrade*.¹⁴

¹³ Laura T Reynolds, "Fair Trade", *International Encyclopedia of Human Geography, op.cit.* 10,11

¹⁴ *Ibid.*, 12,13

Cristina Zerbini, Donata Tania Vergura, Sabrina Latusi, “A New Model to Predict Consumers’ Willingness to Buy Fair-trade Products” Food Research International Vol 122 (Agustus 2019)

Jurnal yang ditulis oleh Zerbini, Vergura dan Latusi menjelaskan bahwa *fair trade* berbicara mengenai perilaku etis, yang mencakup kondisi sosial, ekonomi dan ekologi. Dengan kata lain, *fair trade* merupakan pendekatan yang ditujukan untuk pembangunan yang berkelanjutan, yang salah satunya mementingkan hak pekerja dan kondisi lingkungan. Produk yang dibeli dalam *fair trade* ialah produk yang bukan dibeli atas prinsip persaingan melainkan prinsip kooperatif, yang mempromosikan lingkungan serta keadilan politik dan sosial.¹⁵

Terdapat hal-hal penting dalam *fair trade*, yakni pembelian langsung, pra-pembiayaan, keamanan dan harga yang adil. Dengan adanya pra-pembiayaan dan harga yang adil, tidak banyak orang yang ingin membeli produk *fair trade* (terutama di negara berkembang), karena hal ini disebabkan dari faktor harga yang dibandrol cukup mahal. Dimana telah diketahui, bahwa *fair trade* tidak menekan upah pekerja, yang mana hal tersebut diberlakukan oleh *free trade*. Dan jika terdapat produk *fair trade* yang dibeli oleh seorang individu, organisasi *fair trade* akan mengalami kesulitan dalam mengenali kebutuhan dan keinginan pembeli terhadap produk *fair trade* seperti apa yang mereka ingin beli.¹⁶

¹⁵ Cristina Zerbini, Donata Tania Vergura, Sabrina Latusi, “A New Model to Predict Consumers’ Willingness to buy Fair-Trade Products” *Food Research International* 122 (2019): 167, <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2019.04.008>

¹⁶ *Ibid.*,

Keinginan pembeli dalam membeli suatu produk didasari oleh 4 hal, yakni, kesadaran terhadap konsekuensi, sikap individu terhadap produk, norma-norma pribadi, dan empati emosional. Kesadaran terhadap konsekuensi pada perdagangan yang adil secara positif akan mempengaruhi sikap individu terhadap produk dan norma-norma pribadinya. Sikap individu terhadap produk menjelaskan bahwa jika produk-produk yang didagangkan secara adil, maka hal tersebut akan meningkatkan keinginan konsumen untuk membelinya (seperti produk yang memiliki stiker atau label, bahwa produk tersebut memperhatikan lingkungan). Norma-norma pribadi adalah sebuah perasaan dari kewajiban untuk membeli produk yang dapat membantu sesama dan lingkungan untuk kebaikan bersama. Terdapat 2 cara untuk menghidupkan norma tersebut, yakni *ascription of responsibility* yang menjelaskan mengenai kesadaran negatif seseorang, jika ia tidak hidup pro-sosial, serta *awareness of the consequences* yang menjelaskan mengenai kebahagiaan dan konsekuensi seseorang terhadap lingkungan. Sedangkan empati emosional merupakan hal yang memfokuskan pada kepekaan individu terhadap kondisi yang ada di luarnya, seperti munculnya rasa kepedulian terhadap kondisi orang lain yang sedang mengalami kesusahan. Dan keempat hal inilah yang dapat mendorong pembeli untuk membeli produk-produk yang berlandaskan keadilan.¹⁷

Dengan adanya ketertarikan masyarakat terhadap aspek lingkungan dan sosial, serta adanya keinginan dan norma pribadi konsumen terhadap produk, hal tersebut dapat meningkatkan konsumsi pada produk *fair trade*. Di samping itu,

¹⁷ *Ibid.*, 168-170

dibutuhkannya upaya dari organisasi *fair trade* untuk menarik perhatian konsumen, seperti mempromosikan produknya melalui iklan, komunikasi kepada pelanggan mengenai kelebihan produk *fair trade*, serta dalam pengemasannya. Selain itu, dibutuhkan peran pemerintah dan badan lainnya, untuk mengedukasi masyarakat dan memasarkan produk *fair trade*, yang menjunjung nilai keadilan dan pembangunan yang berkelanjutan.¹⁸

Jennifer S. Esperanza. “Outsourcing Otherness: Crafting and Marketing Culture in The Global Handicrafts Market” In Hidden Hands in the Market: Ethnographies of Fair Trade, Ethical Consumption, and Corporate Social Responsibility, Vol 28

Artikel yang ditulis oleh Jennifer S. Esperanza menjelaskan bahwa produk kerajinan tangan dibuat oleh orang-orang asli dalam suatu negara, yang arah hidupnya tidak menggunakan kekuatan ekonomi atau politik. Gambaran produk seni yang dibuat oleh orang-orang asli atau yang dapat dikatakan pekerja, akan tercermin dari kehidupan mereka sebagai masyarakat bawah, yang ingin mempertahankan kebudayaan mereka yang hampir hilang dari adanya globalisasi.¹⁹

Produk kerajinan tangan yang dibuat oleh masyarakat asli suatu daerah menggunakan bahan dan teknik yang tradisional. Untuk menyampaikan produk mereka ke tangan konsumen, dibutuhkan peran *middlemen* untuk memasarkan

¹⁸ *Ibid.*, 170, 172

¹⁹ Jennifer S. Esperanza, “Outsourcing Otherness: Crafting and Marketing Culture in The Global Handicrafts Market”, *In Hidden Hands in the Market: Ethnographies of Fair Trade, Ethical Consumption, and Corporate Social Responsibility* 28 (2015): 72, [https://doi.org/10.1016/S0190-1281\(08\)28004-2#](https://doi.org/10.1016/S0190-1281(08)28004-2#)

dan mendistribusikan produk mereka. Tetapi, dalam hal ini *middlemen* tidak hanya mengatur arus komoditas, ia juga dapat mengontrol dan mengubah nilai kebudayaan dari masyarakat asli. Dimana jika pada awalnya masyarakat asli menggunakan teknik tradisional untuk memproduksi suatu produk, namun untuk memenuhi permintaan pasar, maka produk yang diproduksi akan menggunakan metode semi-industri, dan hal tersebut akan berdampak pada hilangnya sifat-sifat tradisional dari suatu masyarakat.²⁰

Dalam konteks produk kerajinan tangan yang dibuat oleh masyarakat Bali, produk tersebut dipercayai oleh masyarakat setempat sebagai sektor yang dapat memberikan keuntungan dalam perdagangan transnasional. Karena, produk kerajinan tangan dapat menjadi kunci produksi dari proses kebudayaan global, melalui pasar yang digunakan sebagai tempat untuk mengejar identitas kelas menengah, kosmopolitan dan modern. Pasar yang berfungsi sebagai tempat bertemunya penawaran dan permintaan, Pasar seni komoditas memberikan usulan pada orang-orang lokal Bali untuk memperdalam pengetahuan mereka dalam budaya lokal. Hal ini ditujukan agar mereka dapat menjadi pengusaha kosmopolitan yang memproduksi produk-produk yang berbau khas Bali. Karena produk yang berbau khas Bali dapat memberikan dampak positif pada sektor pariwisata.²¹

Komunitas Tenggalang, sebagai contohnya, dapat menyediakan reproduksi seni kerajinan di pasar luar negeri dari budaya non-Bali atau non-Indonesia dengan tipe objek budaya yang berbeda, dan mereka menjualnya dengan harga yang pas. Selain itu, pekerja memiliki kemampuan untuk menjiplak barang produksi, yang

²⁰ *Ibid.*, 72, 73.

²¹ *Ibid.*, 74.

mana hal ini merupakan nilai tambah untuk menarik perhatian pembeli, contohnya ialah wayang golek dan *dreamcatchers*, yang mendapatkan perhatian internasional. Di sisi lain, oleh karena pekerja-pekerja Bali memiliki kemampuan dalam menciptakan dan memproduksi aneka produk kerajinan tangan, hal tersebut kerap dipandang hal yang bagus oleh distributor dari Utara untuk mendapat keuntungan ekonomi. Dimana pekerja tersebut dapat dipekerjakan dengan upah yang murah.²²

Dari ketiga kajian literatur yang telah diuraikan diatas, ketiga sumber tersebut dapat memperkuat argumen penulis terkait penulisan Limitasi Perkembangan *Fair Trade* di Indonesia. Penulisan difokuskan pada organisasi *fair trade handicraft* Indonesia, hal ini dikarenakan produsen-produsen yang berada di Indonesia memiliki kelebihan dan keahlian dalam memproduksi produk *handicraft*, tetapi mereka belum mendapatkan hak yang seharusnya mereka terima, oleh karena sistem *fair trade* sebagai sistem yang dapat meminimalisir korban *free trade*, belum berjalan dengan baik di Indonesia.

1.5 Kerangka Pemikiran

Hubungan internasional adalah ilmu yang membahas banyak sektor terkait hubungan para aktor di sistem internasional. Aktor-aktor seperti negara, organisasi internasional, MNCs, NGOs berupaya untuk menjaga dan meningkatkan taraf hidup setiap anggota yang ada di dalamnya, dari segi politik, budaya, maupun ekonomi. Untuk menjawab pertanyaan penelitian terkait “Apa faktor-faktor yang memlimitasi perkembangan *fair trade* di Indonesia?”, pertama-tama penelitian ini

²² *Ibid.*, 74, 75

akan dimulai dengan membahas pendekatan-pendekatan yang relevan sesuai dengan topik, dan ditujukan agar pembahasan tidak keluar dari objek yang diteliti.

a. Liberalisme Ekonomi

Liberalisme Ekonomi menantang pandangan merkantilisme, bahwa aktor utama bukanlah negara, melainkan individu. Dalam buku Jackson and Sorensen, dijelaskan bahwa:²³

“Liberal economics has been called a doctrine and a set of principles for organizing and managing economic growth and individual welfare”

Hal tersebut menjelaskan bahwa fokus dari liberal ekonomi ialah kesejahteraan individu, karena individu merupakan aktor penting dalam pasar, yakni sebagai konsumen dan produsen. Pasar ialah tempat bertemunya para aktor untuk melakukan transaksi, dimana terdapat pertemuan antara permintaan dan penawaran terkait barang serta jasa yang diperdagangkan. Individu yang melakukan transaksi, sama-sama mendapatkan keuntungan, dimana seorang individu yang berlaku sebagai konsumen mendapatkan barang atau jasa dari produsen, dan produsen mendapatkan alat tukar yang berupa uang dari konsumen. Dengan demikian, tidak ada individu atau aktor yang dirugikan dalam melakukan transaksi, atau hal ini dapat disebut sebagai *positive sum game*.²⁴

Adam Smith, Bapak liberalis ekonomi menjelaskan mengenai *invisible hand*, maksudnya adalah tidak perlu adanya intervensi dari pemerintah terhadap pasar

²³ Robert Jackson & Georg Sorensen, *Introduction to International Relations: Theories and Approaches*, 5th edition (Oxford: Oxford University Press Inc, 2013), 165

²⁴ *Ibid.*, 166

ekonomi, hal ini ditujukan agar pasar dapat berkembang secara spontan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan pasar. Pasar ekonomi sangat penting, karena merupakan sumber utama dari proses, kerjasama dan kemakmuran untuk seorang individu. Jika terdapat intervensi pemerintah dalam pasar, maka akan terciptanya konflik, dimana pasar tidak dapat bergerak dengan bebas oleh karena adanya politik serta peraturan yang ada dalam pasar.²⁵

Pada awalnya, liberal ekonom menamai kebebasan pasar dari regulasi politik ialah *laissez-faire*. Tetapi, sebelum hal tersebut terjadi, liberal ekonom menyadari akan pentingnya peraturan politik, yang digunakan untuk menghindari adanya kegagalan pasar, karena, sebelumnya terdapat beberapa kasus bahwa pasar tidak dapat bekerja sesuai dengan apa yang tidak diharapkan. Di sisi lain, peraturan juga penting dalam pasar, hal ini dimaksudkan agar pasar dapat berfungsi sebagaimana semestinya, yakni untuk menguntungkan antar individu.²⁶

Pasar ekonomi dapat membawa manfaat bagi banyak orang, tetapi, di awal abad ke-20, Keynes, memiliki pandangan yang berbeda. Ia menjelaskan bahwa pasar ekonomi juga dapat membawa dampak yang buruk, seperti adanya risiko, ketidakpastian dan ketidakpedulian. Hal tersebut dapat diatasi dengan cara adanya peningkatan manajemen politik dalam pasar, dengan adanya arahan dan campur tangan dari negara. Maka, tetap dibutuhkannya peran pemerintah, sebagai badan yang dipilih oleh rakyat, untuk mengatur jalannya sebuah pasar, agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan.²⁷

²⁵ *Ibid.*, 165.

²⁶ *Ibid.*, 166.

²⁷ *Ibid.*, 167.

b. Fair trade

Fair trade atau yang dikenal sebagai perdagangan adil merupakan pandangan yang menentang *free market* atau pasar bebas, dan sebagai sebuah model perdagangan yang dapat memberikan manfaat cukup besar bagi jutaan produsen miskin di seluruh dunia. Dimana pada awalnya, perdagangan bebas yang membawahi *comparative advantage* menjelaskan bahwa negara akan mengimpor barang yang tidak dapat diproduksi banyak di dalam negaranya, dan akan mengekspor apa yang menjadi kelebihannya. Hal tersebut dapat membawa keuntungan bagi kedua belah pihak, yakni negara pengimpor maupun pengekspor. Tetapi, perdagangan bebas dapat menciptakan kesenjangan global, dimana terdapat 'jurang' antara kelompok yang miskin dan yang kaya. Yang mana dalam hal ini, yang kaya tidak memberlakukan sistem keadilan pada yang miskin dalam hal upah. Maka, *fair trade* hadir untuk mengoreksi kegagalan pasar dalam sistem perdagangan global. Karena, *fair trade* sendiri dimaksudkan sebagai solusi berbasis pasar untuk menanggapi kegagalan perdagangan global dengan menyediakan sebuah hubungan yang menguntungkan dalam rantai pasokan (*supply chain*).²⁸

Pasar *fair trade* didorong oleh adanya 4 pengaruh yang bekerja dan melengkapi satu sama lain, yakni adanya pengaruh dari politik, akademik, budaya dan informasi. Pengaruh politik terkait perdagangan alternatif telah berubah di negara maju, dimana negara maju telah meningkatkan kesadaran publik mengenai perdagangan etis dan mendorong *retailers* untuk mendukung produk-produk *fair trade*. Hal ini terjadi di Britania Raya, yang dibiayai oleh Departemen

²⁸ Alex Nicholls & Charlotter Opal, *Fair Trade Market-Driven Ethical Consumption*. (New Delhi: SAGE Publications, 2005), 17

Pembangunan Internasional untuk meningkatkan kepedulian di negara-negara berkembang. Selain itu, *stakeholders* memperluas fokus dari aktivitas perusahaan, yang mana sekarang fokusnya harus juga ditekankan pada komunitas lokal, pekerja, dan bahkan kompetitornya.²⁹

Sedangkan pengaruh dari akademis ialah adanya pendalaman terkait *fair trade* oleh beberapa *scholar* yang berbicara mengenai bisnis etis dan isu lingkungan. Hal tersebut dikarenakan oleh adanya pergeseran fokus pada aspek produksi yang berkelanjutan serta dampak lingkungan terhadap proses kesadaran sosial dan perdagangan adil. *Fair trade* dalam hal ini, menggabungkan tanggung jawab global dengan bisnis etis, yang ditekankan pada pengalaman individu pekerja. Sedangkan pengaruh budaya dan informasi menjelaskan terdapat peningkatan terhadap etis konsumerisme yang menjadi latar belakang perkembangan *fair trade*. Tetapi, setelah adanya pengaruh media dan internet yang memberikan informasi terkait perilaku perusahaan yang tidak etis, maka, terdapat pergeseran fokus konsumen terhadap rantai produksi dan pasokan (produk dan jasa) pada perdagangan yang adil. Sebagai hasilnya, terdapat kenaikan permintaan produk *fair trade* oleh konsumen.³⁰

Selanjutnya, *fair trade* dapat menjadi sebuah contoh pada *free trade* terkait bagaimana *free trade* seharusnya beroperasi, yakni dengan cara memberikan akses kredit dan informasi pada petani sebagai produsen. Dimana hal itu dapat

²⁹ *Ibid.*, 20, 22

³⁰ *Ibid.*, 22-24

membenahi ketidaksempurnaan pasar.³¹Di sisi lain, prinsip dasar dari *fair trade* meliputi:³²

1. *Direct purchasing from producers*
2. *Transparent and long-term trading partnership*
3. *Agreed minimum prices*
4. *Focus on development and technical assistance via the payment to suppliers of an agreed social premium*

Dengan adanya 4 prinsip yang disebutkan diatas, prinsip tersebut dapat memperbaiki fungsi ekspor untuk produsen di negara berkembang terkait dengan perdagangan langsung dan perdagangan dalam jangka panjang, juga dapat meningkatkan kehidupan petani dan pekerjanya, serta pembayaran dan jaminan harga yang minimum. Lalu, oleh karena adanya ekspansi *fair trade* ke banyak bagian negara di dunia, sistem *free trade* dapat mencontoh dan memanfaatkan nilai transparansi, efisiensi dan daya saing dari prinsip-prinsip *fair trade*.

c. *Non-Governmental Organization (NGO)*

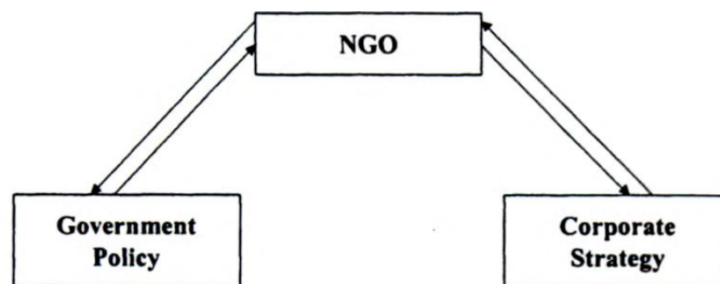
NGOs atau yang disebut sebagai organisasi non-pemerintah merupakan organisasi yang memiliki keterlibatan terhadap peraturan pemerintah dan strategi perusahaan. NGO membentuk sistem trilateral, yang dapat menghubungkan bisnis, pemerintah dan NGO itu sendiri. Di sisi lain, oleh karena pemerintah dan bisnis memiliki kepentingan yang berbeda dalam hal melayani *stakeholders*, maka, NGO dalam hal ini, memiliki posisi untuk membentuk suatu keputusan terkait

³¹ *Ibid.*, 31

³² *Ibid.*, 33

permasalahan yang dihadapi oleh pemerintah dan pihak bisnis. Secara tidak langsung, NGO diposisikan sebagai penengah yang dapat mempengaruhi pertukaran arah dan intensitas antara bisnis dan pemerintah, karena NGO memiliki keinginan agar bisnis dan pemerintah bisa berinteraksi satu sama lain.³³ Posisi NGO sebagai penengah, dapat dilihat di gambar dibawah ini:

Gambar 1.5.1 Posisi NGOs sebagai Penengah



Sumber: Globalization and NGOs. Transforming Business, Government, and Society, hal 9

Berbicara mengenai ruang lingkup, NGO tidak hanya mencakup permasalahan politik dan ekonomi saja, melainkan seperti lingkungan, grup rohani, asosiasi perdagangan, industri dan lain sebagainya. Hal tersebut ditujukan sebagai sebuah strategi politik NGO yang disesuaikan untuk menggabungkan pengaruh dari NGO terhadap kerangka pemerintah dan bisnis yang meliputi aksi politik, partisipasi dua level (individu dan kolektif), dan tipe strategi politik.³⁴

Selain itu, NGO dapat dikatakan sebagai sebuah kendaraan pada saat sektor bisnis dan pemerintah sedang beroperasi. Maksudnya, NGO dapat mempengaruhi

³³ Jonathan P. Doh dan Hildy Teegen, *Globalization and NGOs: Transforming Business, Government and Society* (Westport: Praeger, 2003), 1

³⁴ *Ibid.*, 4,5.

suatu keputusan, yang dapat berdampak pada pembuat keputusan pelaku bisnis ataupun pemerintah. Contohnya ialah melalui komunitas Eropa, NGOs yang bergerak dari akar rumput, dapat mengerahkan komunitas tersebut untuk melarang impor terhadap produk yang dimodifikasi secara genetik. Karena pada saat itu, terdapat sebuah perusahaan yang menjual dan mendistribusikan nasi yang dibuat secara genetik. Dengan adanya peran NGOs melalui komunitas Eropa, NGOs dapat menyebabkan perubahan strategi terhadap perusahaan tersebut.³⁵

Oleh karena NGO memiliki peran dalam mengubah strategi sebuah perusahaan, atau dapat mengubah kebijakan pemerintah, NGO mendapatkan posisi yang hampir sama dengan pemerintah dan bisnis. Hal ini didukung oleh komitmen Bank Dunia, sehingga NGO secara tidak langsung akan mendapatkan beberapa slot untuk berbicara dan mengambil keputusan.³⁶ Selain itu, NGO juga dapat mengkritisi terkait kebijakan sosial, politik dan ekonomi yang masih menyimpang, oleh karena NGO memiliki kepastian terkait sistem yang sedang berkembang.³⁷

1.6 Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

1.6.1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Metode kualitatif menurut Haradhan Kumar Mohajan dalam jurnalnya yang berjudul *Qualitative Research Methodology in Social Sciences and Related Subjects* ialah metode yang terdiri dari analisis wacana, studi kasus, wawancara

³⁵ *Ibid.*, 9.

³⁶ *Ibid.*, 10.

³⁷ *Ibid.*, 12.

terbuka dsb,³⁸ yang menekankan pada pendekatan holistik, dan hasil. Untuk menggunakan metode kualitatif dibutuhkan (beberapa) pertanyaan penelitian mengenai topik yang ingin diteliti oleh peneliti. Karena metode ini memiliki hubungan yang dekat antara tujuan dari peneliti dan kerangka teori.³⁹ Dan data yang dikumpulkan melalui metodologi kualitatif ialah deskriptif, dimana data dapat diambil dari publikasi pemerintah atau organisasi internasional, laporan penelitian yang dilakukan oleh universitas, buku, majalah, tesis, koran, jurnal, dokumen historis, catatan serta statistik publik dan situs web.⁴⁰ Dalam hal ini, peneliti kualitatif diwajibkan untuk menghubungkan pertanyaan penelitian dengan pendekatan metodologis, mempertimbangkan masalah yang diteliti serta mengumpulkan data sesuai dengan objek yang diteliti, agar dapat menjawab dan menghasilkan penelitian yang jelas.⁴¹

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan model penelitian kualitatif dengan metode narasi. Metode narasi digunakan untuk memperkuat argumen terkait organisasi *fair trade*, yang membutuhkan sumber-sumber tertulis, seperti buku, jurnal, artikel, situs web dari organisasi *fair trade* yang akan diteliti, serta wawancara terkait perkembangan dan pelaksanaan *fair trade* di Indonesia, yang akan disampaikan oleh pihak yang menjalankan prinsip *fair trade*. Metode penelitian ini digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan oleh penulis.

³⁸ Haradhan Kumar Mohajan, "Qualitative Research Methodology in Social Sciences and Related Subjects" *Journal of Economic Development, Environment and People* 7, no 1 (2018):24, https://www.researchgate.net/publication/324151529_Qualitative_research_methodology_in_social_sciences_and_related_subjects

³⁹ *Ibid.*, 28.

⁴⁰ *Ibid.*, 26.

⁴¹ *Ibid.*, 28.

1.6.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan dan wawancara. Studi kepustakaan ialah studi yang mengumpulkan data dengan mencari data-data yang relevan seperti melalui buku, artikel, jurnal dan internet. Dan penulis akan melakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang memiliki keterkaitan dengan *fair trade*, yaitu perwakilan dari organisasi *fair trade* yang berbisnis dalam bidang *handicraft* dan sekjen FFTI.

1.7 Sistematika Pembahasan

Dalam menulis hasil laporan, penulis menyusun sistematika pembahasan sebagai berikut:

- **BAB I** membahas mengenai Pendahuluan, yang mencakup Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah (Deskripsi Masalah, Pembatasan Masalah, Perumusan Masalah), Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Kajian Literatur, Kerangka Pemikiran, Metode Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, dan Sistematika Pembahasan.
- **BAB II** membahas mengenai *fair trade*, dimulai dari sejarah munculnya *fair trade* sebagai perdagangan yang dapat menciptakan keadilan bagi produsen yang terimajinalisasi oleh perdagangan bebas. Lalu, akan dijelaskan mengenai perkembangan *fair trade* beserta organisasi *fair trade handicraft* yang ada di Indonesia. Dan bagian ini ditutup dengan jumlah perbandingan organisasi *fair trade* dan *free trade handicraft* di Indonesia.

- **BAB III** membahas mengenai limitasi pelaksanaan *fair trade* di Indonesia, yang mencakup faktor-faktor seperti apa yang dapat menghambat *fair trade* untuk berkembang di Indonesia. Bagian ini dibagi ke dalam 2 bagian utama, dan ditutup dengan epilog. Bagian pertama akan membahas mengenai hambatan dari faktor internal, yaitu yang berasal dari organisasi *fair trade* yang berada di Indonesia sendiri, yang mencakup hambatan memasuki *fair trade*, mekanisme penjualan, produk yang dijual dan inovasi produk, *branding*, label WFTO, *packaging*, dan kebutuhan pasar. Bagian kedua akan membahas mengenai hambatan dari faktor eksternal, yakni hambatan dari luar organisasi *fair trade* Indonesia, yang mencakup asal dan tipe *buyer*, apakah mayoritas *buyer* yang membeli produk *handicraft fair trade* Indonesia berasal dari Indonesia sendiri atau berasal dari mancanegara, serta apakah *buyer* tersebut merupakan *buyer free trade* atau *fair trade*. Poin ini juga akan membahas mengenai sales organisasi. Selanjutnya, akan dibahas pula mengenai FFTI & WFTO selaku asosiasi yang menaungi organisasi *fair trade* di Indonesia, apakah keberadaan mereka dapat mendukung pelaksanaan *fair trade* di Indonesia atau sebaliknya. Lalu, dilanjutkan pada pembahasan mengenai apakah terdapat peran dari pemerintah Indonesia yang dapat melancarkan pelaksanaan *fair trade* di Indonesia, dan bagian ini akan ditutup oleh epilog.
- **BAB IV** berisi mengenai kesimpulan dari perumusan masalah yang terdapat dalam bab pertama