

menunjang daya jual dan daya saing produk di pasar internasional. Selain itu pelatihan manajemen keuangan yang dilakukan oleh APIKRI juga bertujuan agar para pengrajin dapat memiliki dasar dalam mengelola keuangan mereka. Tujuan dari pelatihan manajemen keuangan ini adalah agar pengrajin tersebut memiliki bekal dalam mengelola keuangan sehingga jika didepannya pengrajin perlu untuk melakukan pinjaman ke bank, pengelolaan keuangan mereka dapat dilampirkan dengan baik.

4.2 Kesimpulan dan Saran

Penelitian tesis ini memiliki pertanyaan penelitian “bagaimana upaya APIKRI dengan sistem fair trade di tengah persaingan kapitalisme global?” Untuk menjawab pertanyaan penelitian ini, pada bab pertama terdapat tiga poin hipotesis yang ingin dibuktikan dalam penelitian tesis yang dilakukan dalam bentuk kunjungan dan *interview* langsung dengan pihak APIKRI di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah, melalui penerapan prinsip pertama dalam *fair trade, creating opportunities for economically disadvantaged producers*, APIKRI membantu membuka pasar potensial bagi para pengrajin melalui bantuan dalam proses pembuatan produk kerajinan agar menghasilkan produk yang berkualitas dan memiliki daya saing. Hipotesis ini terbukti benar terlihat dari upaya yang dilakukan APIKRI untuk para pengrajin dalam bentuk *workshop* dan pelatihan sehingga kualitas SDM dari para pengrajin kecil dapat ditingkatkan sehingga mereka dapat menghasilkan produk yang lebih berkualitas dan berdaya saing di pasar internasional. Selain itu, keaktifan APIKRI dalam forum *fair trade* internasional

membuka kesempatan untuk para pengrajin kecil untuk dapat memasarkan produk kerajinan mereka di forum-forum internasional. Selain itu kerjasama APIKRI dengan pihak SAMESCO Jakarta membuka kesempatan untuk pengrajin ini memasarkan produk buatan mereka di Jakarta.

Hipotesis kedua dalam penelitian ini, yaitu salah satu prinsip *fair trade* yaitu; *respect for environment*, mendukung agar produsen memperdulikan keberlanjutan lingkungannya, melalui pendampingan yang dilakukan, pengrajin APIKRI kemudian memanfaatkan bahan-bahan daur ulang dan juga produk-produk alam seperti eceng gondok, serat pandan sebagai bahan utama produk kerajinannya, yang kemudian menghasilkan produk yang unik dan memiliki daya saing di pasar internasional. Hipotesis kedua dalam penelitian ini dianggap sesuai karena dari salah satu upaya APIKRI bertahan dengan sistem *fair trade* adalah membuka kesempatan bagi pengrajin kecil untuk dapat memperoleh pasar baru yang lebih luas agar dapat bertahan di tengah persaingan kapitalisme global. Untuk mendukung agar pengrajin dapat mempunyai pasar baru dan dapat tetap bersaing maka, APIKRI mendorong pengrajin dapat berpikir kreatif agar produknya dapat memiliki nilai jual di pasaran. Salah satunya adalah dengan mendorong pengrajin untuk menggunakan bahan yang ramah lingkungan sebagai bahan pembuatan produk kerajinan. Penggunaan bahan yang ramah lingkungan seperti eceng gondok, pelepah pisang, serat daun pandan dan daun alor ternyata mendapatkan respon positif dari pasar internasional seperti Eropa yang memang sangat memperhatikan sustainibilitas lingkungan.

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah, melalui promosi nilai-nilai *fair trade* yang mengglobal, secara tidak langsung membuka pasar potensial bagi para pengrajin melalui promosi-promosi yang dilakukan oleh APIKRI di pasar-pasar internasional, penggunaan bahan-bahan daur ulang yang menjadi daya saing bagi produk kerajinan yang dihasilkan sehingga pasar yang disasar oleh pengrajin juga tidak terbatas pada pasar domestik saja. Peran aktif APIKRI dalam mempromosikan *fair trade* dan mensejahterakan pengrajinnya membuat APIKRI dapat tetap bertahan dengan sistem *fair trade*. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini juga terbukti, pasaran dari produk kerajinan APIKRI tidak terbatas pada pasar domestik saja, terutama karena pasar domestik kurang memberikan apresiasi terhadap produk kerajinan ataupun produk lokal. Oleh karenanya agar produk buatan APIKRI tetap dapat bertahan, kualitas produk pengrajin perlu untuk disesuaikan agar dapat masuk ke pasar internasional, salah satu upaya yang dilakukan APIKRI untuk memperbaiki kualitas produk adalah dengan mengadakan pendampingan dan pelatihan untuk para pengrajin. Selain itu, peran aktif APIKRI terlibat dalam forum-forum *fair trade* internasional membuka kesempatan bagi pengrajin APIKRI untuk memasarkan produk kerajinannya dan membantu pengrajin untuk bertemu dengan calon konsumen.

Keberhasilan APIKRI tidak terlepas dari bagaimana APIKRI mampu melakukan kerjasama yang baik dengan pihak-pihak yang terlibat. Perlu disadari agar pengimplementasian *fair trade* dapat terlaksana diperlukan kerjasama dari berbagai pihak. Melihat kondisi bagaimana *fair trade* sendiri tidak berkembang di Indonesia, maka perlu disadari bahwa organisasi yang memutuskan untuk mengimplementasikan

konsep *fair trade* ini perlu untuk berpartisipasi aktif, karena konsumen dalam produk *fair trade* tidak akan berminat untuk membeli produk *fair trade* jika mereka tidak menyadari mengenai bagaimana perdagangan dengan menggunakan konsep *fair trade* akan jauh lebih baik dibandingkan perdagangan yang menggunakan jalur konvensional.

Pentingnya konsumen untuk mengerti mengenai konsep *fair trade* juga berkaitan dengan kenyataan bahwa konsumen tentu saja menginginkan produk yang memiliki harga yang jauh lebih murah. Oleh karenanya organisasi yang memang menginginkan untuk mengimplementasikan konsep *fair trade* harus juga mau dan aktif untuk mempromosikan nilai-nilai *fair trade* kepada masyarakat luas dan juga organisasi tersebut harus mampu untuk bekerja sama dengan pihak lain, karena untuk membantu terciptanya perubahan sosial diperlukan kerja sama yang baik antar berbagai aktor yang terlibat.

Berikut adalah saran agar APIKRI ataupun organisasi lain yang memiliki nilai *fair trade* ke depannya agar nilai *fair trade* dapat tetap bertahan seiring dengan perkembangan persaingan kapitalisme global. Saran ini tidak mengacu pada pertanyaan penelitian ataupun penelitian yang dilakukan oleh penulis, melainkan untuk tujuan rekomendasi kedepannya. Seiring dengan globalisasi, salah satu hal yang banyak berkembang adalah sosial media, banyak isu yang berkembang dimulai dari sosial media seperti #Timesup dimana #Timesup sendiri merupakan gerakan yang mengancam tindakan kekerasan seksual yang banyak terjadi pada para perempuan di tempat kerja.

Ditemukan pada tanggal 1 Januari 2018 oleh sekelompok selebriti Hollywood, ini adalah respon terhadap kampanye #MeToo, kampanye yang muncul dari pelecehan seksual oleh Harvey Weinstein. Hal ini juga berkaitan pada kemunculan surat terbuka yang dimuat di majalah Times pada November 2017 dari Alianza Nacional de Campesinas. Surat tersebut berisi tentang pengalaman perempuan di bidang pertanian yang mengalami pelecehan seksual. Surat ini juga di klaim ditulis oleh 700.000 perempuan di Amerika Serikat.⁵⁷

Dalam gerakan #Timesup para artis-artis Hollywood menggunakan pakaian serba hitam dalam ajang penghargaan BRIT Awards yang diselenggarakan pada Februari 2018 dan Oscar yang diselenggarakan pada Maret 2018, serta menggunakan pin bertuliskan #Timesup. Para aktris dan aktor Hollywood juga menggunggah foto-foto, pernyataan yang melawan tindakan seksual yang sering diterima perempuan di tempat kerja, serta surat terbuka berjudul “*Dear Sisters*” di Instagram.

Gerakan #Timesup ini pada awalnya dimulai tanpa adanya dukungan dari pihak pemerintah Amerika Serikat, namun karena gerakan ini menarik banyak perhatian dan banyak pihak yang menjadi sadar mengenai isu ini karena adanya pengaruh media sosial, pemerintah Amerika Serikat berkolaborasi dengan gerakan #Timesup dan membantu perempuan yang mendapat pelecehan untuk dapat melapor dan menyediakan bantuan hukum. Bantuan hukum ini dapat diakses melalui website times up yaitu <https://www.timesupnow.com/#into-anchor>.

Melihat bagaimana dampak dari peranan sosial media dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang suatu isu seperti dalam gerakan #Timesup, dimana

⁵⁷ Amy Duncan. What is the Time’s Up movement, why is it called that and who started the campaign? Maret 5, 2018. Diakses melalui <http://metro.co.uk/2018/03/05/times-movement-called-started-campaign-7363471/> pada 19 April 2018.

dalam waktu singkat, gerakan ini banyak menarik perhatian masyarakat global. Masyarakat di Indonesia sendiri merupakan masyarakat yang cukup aktif dalam menggunakan media sosial,

Facebook menjadi media sosial paling banyak dikunjungi dengan capaian lebih dari 1 miliar juta pengunjung perbulan. Sebesar 92 persen mengakses Facebook via mobile dengan perbandingan persentase berdasar gender sebanyak 44 persen untuk wanita dan 56 persen adalah pengguna pria. Sementara total pengguna aktif Instagram bulanan di Indonesia mencapai 53 juta dengan presentase 49 persen wanita dan 51 persen adalah pria.⁵⁸

Fair trade merupakan isu yang masih awam terutama bagi masyarakat Indonesia, melihat dari tingginya penggunaan media sosial oleh masyarakat Indonesia dan melihat bagaimana media sosial dapat membantu meningkatkan kesadaran publik terhadap satu isu, fenomena media sosial ini dapat menjadi kesempatan untuk organisasi *fair trade* di Indonesia melakukan kampanye dan sosialisasi *fair trade* melalui sosial media. Tingginya jumlah *netizen* di Indonesia dalam menggunakan sosial media juga menjadi pertimbangan untuk melakukan kampanye *fair trade* melalui media sosial. Hal ini juga dapat berjalan lebih baik dan efektif jika organisasi *fair trade* dapat memilih *influencer* yang memiliki paham dan memiliki keinginan untuk memperjuangkan nilai-nilai *fair trade*.

Selain itu melihat salah satu kendala yang sering dialami dalam *fair trade* adalah para produsen kecil seringkali mengurungkan niatnya karena merasa proses pelaksanaan *fair trade* rumit dan membutuhkan biaya yang cukup besar, oleh

⁵⁸ Wahyunanda Kusuma Pertiwi. Riset Ungkap Pola Pemakaian Medsos Orang Indonesia. Maret 1, 2018. Diakses melalui <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia> pada 19 April 2018.

karenanya agar gerakan *fair trade* lebih mudah untuk dijangkau oleh produsen kecil, akan lebih baik jika pemerintah Indonesia juga terlibat aktif dalam membantu pengembangan *fair trade* di Indonesia. Bantuan yang dilakukan oleh pemerintah ini dapat dimulai dari bantuan pinjaman dana bagi kelompok produsen kecil yang ingin mengaplikasikan konsep *fair trade*, memberikan pengenalan dan pelatihan yang dapat menunjang peningkatan kualitas produsen kecil agar dapat memproduksi produk yang berdaya saing, dan membuat kebijakan-kebijakan yang berorientasi pada *fair trade*, serta dukungan terhadap organisasi-organisasi yang memperjuangkan nilai-nilai *fair trade* di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Fitzgerald, Charity Samantha. (Summer 2012). "Fair Trade as a Community Development Initiative: Local and Global Implications." *Advances in Social Work*, Vol 13 No. 2.
- Robinson, William I. (July 2005) "Global Capitalism: The New Transnationalism and the Folly of Conventional Thinking" *Science and Society*, Vol. 69, No.3
- Somantri, Gumilar Rusliwa. (2005). 'Memahami Metode Kualitatif'. *Makara Sosial Humaniora FISIP Universitas Indonesia* Vol. 9, No. 2
- Yusida, Ermita and Juwita P. R. Suwondo. (June 2014). 'Is Fair Trade Really a Solution to Create Fairness in Agricultural Trade? — Case in Indonesia'. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, Vol. 5, No.3

Thesis

- Anderson, Matthew. (2008). *Doctoral Thesis: The British Fair Trade Movement, 1960-2000: a new form of global citizenship?*. University of Birmingham

Makalah

- Oxfam .(2002). *Rigged Rules and Double Standards*. Oxfam

Seminar

- Dr. Wiliam Robinson. (25 Januari 2008). Understanding Global Capitalism. *The Development Roundtable Series*. Phillipines.

Buku

- Burchill, Scott, et al. (2005). *Theories of International Relations*. 3rd edition. United Kingdom: Palgrave Macmillan.
- Hadiwinata, Bob Sugeng. (2002). *Politik Bisnis Internasional*. Yogyakarta: PT. Penerbit Kanisius.
- Hadiwinata, Bob Sugeng. (2017). *Studi dan Teori Hubungan Internasional: Arus Utama, Alternatif dan Reflektivis*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia

Hudson, Ian, Mark Hudson, Maria Fridell. (2013). *Fair Trade, Sustainability and Social Change*. England: Macmillan.

Jackson, Robert & Georg Sorensen. (2010). *Introduction to International Relations: Theories and Approaches*. 4th edition. New York: Oxford University Press Inc

Rosyidin, Mohamad. (2016). *Metodologi Penelitian Hubungan Internasional*. Semarang: Calpulis.

Stiglitz. Joseph. (2006). *Making Globalization Work*. W.W. Norton & Company, Inc.

Stiglitz. Joseph and Andrew Charlton. *Fair Trade for All*. (2005). New York: Oxford University Press.

Viotti, Paul R. and Mark V. Kauppi (2013). *International Relations and World Politics*. 5th edition. USA: Pearson Education, Inc.

Viotti, Paul R. dan Mark V. Kauppi (1990). *International Relations Theory: Realism, Pluralism, Globalism and Beyond*. Boston: Allyn and Bacon.

Yin, Robert K. (2008). *Studi Kasus: Desain & Metode*. Terj. M. Djauzi Mudzakir. Jakarta: PT. Raja Grafindo Perkasa.

Website

Agustinus, Michael. *Rantai Distribusi Pangan Kepanjangan, Ini Solusi Mentan*. Detik Finance. Januari 27, 2016. Diakses melalui <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/3128295/rantai-distribusi-pangan-kepanjangan-ini-solusi-mentan> pada 14 Oktober 2017.

Duncan, Amy. What is the Time's Up movement, why is it called that and who started the campaign? Maret 5, 2018. Diakses melalui <http://metro.co.uk/2018/03/05/times-movement-called-started-campaign-7363471/> pada 19 April 2018.

Jeffery, Simon. *The EU common agricultural policy*. The Guardian. Juni 26, 2003. Diakses melalui <https://www.theguardian.com/world/2003/jun/26/eu.politics1> pada 20 Mei 2018.

Pertiwi, Wahyunanda Kusuma. Riset Ungkap Pola Pemakaian Medsos Orang Indonesia. Maret 1, 2018. Diakses melalui <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/01/10340027/riset-ungkap-pola-pemakaian-medsos-orang-indonesia> pada 19 April 2018.

About Us. Diakses melalui

http://www.apikri.com/index.php?id_cms=4&controller=cms pada 23 Oktober 2017.

About Us. Mitra Bali. Diakses melalui <http://en.mitrabali.com/mitra-bali/about-us/> pada 6 Juli 2018.

Fair Trade. Diakses dari

http://www.apikri.com/index.php?id_cms=21&controller=cms pada 27 September 2017.

KBBI, definisi upaya, diakses melalui <https://kbbi.web.id/upaya> pada 19 Juni 2018.

Mexico etc versus US: 'tuna-dolphin'. World Trade Organization. Diakses melalui https://www.wto.org/english/tratop_e/envir_e/edis04_e.htm pada 20 Mei 2018.

Our purpose and beliefs. Oxfam International. Diakses melalui

<https://www.oxfam.org/en/our-purpose-and-beliefs> pada 5 Juli 2018.

Pasar Masih Suka Produk Kerajinan Ramah Lingkungan. Kompas.com. Januari 13,

2010. Diakses melalui <http://regional.kompas.com/read/2010/01/13/22494464/Pasar.Masih.Suka.Produk.Kerajinan.Ramah.Lingkungan> pada 8 Oktober 2017.

10 PRINCIPLES OF FAIR TRADE". Diakses melalui

<http://wfto.com/fair-trade/10-principles-fair-trade> pada 28 Mei 2017