

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kajian Ilmu Hubungan Internasional kini tidak hanya membahas seputar interaksi antar negara. Seiring dengan berkembangnya zaman, globalisasi pun menjangkit hampir seluruh penjuru dunia. Interaksi lintas batas negara kini tidak hanya dapat dilakukan oleh entitas resmi yang diutus oleh negara saja, atau yang biasa disebut dengan aktor negara. Selain aktor negara, hubungan internasional dewasa ini telah banyak dilakukan oleh aktor negara, seperti organisasi internasional non pemerintahan, perusahaan multinasional, hingga masyarakat sipil yang mendiami suatu negara itu sendiri. Dalam sektor ekonomi, Perusahaan Multinasional banyak mengambil peran dan memanfaatkan peluang globalisasi ekonomi untuk mempromosikan produk yang mereka jual di pasar global, dengan tujuan agar produk mereka dapat dikenal hingga ke mancanegara dan menarik banyak konsumen.

Adapun salah satu sektor industri yang banyak diperbincangkan belakangan ini adalah industri kecantikan, di mana sektor tersebut terus mengalami peningkatan *demand* yang sejalan dengan peningkatan minat dan kebutuhan manusia akan produk kecantikan. Nielsen and Euromonitor membeberkan sebuah data yang menunjukkan bahwa sejak Tahun 2017, industri kecantikan mengalami peningkatan pesat yang mencapai 11,9 persen, dan terus menunjukkan angka

pertumbuhan yang positif di tahun-tahun setelahnya.¹ Di Indonesia spesifiknya, tren produk kecantikan terus meningkat secara pesat dari tahun ke tahun. BPS melaporkan bahwa pada Tahun 2020, Industri kecantikan di Indonesia mengalami peningkatan sebanyak 5,59 persen, serta 7 persen untuk Tahun 2021.² Tak hanya itu, kemajuan dalam aspek teknologi dan komunikasi juga turut menjadi akselerator pertumbuhan industri kecantikan, di mana konsumen kini dapat melakukan transaksi secara daring dengan produsen ataupun distributor.

Menjamurnya berbagai *brand* kecantikan yang dihasilkan dari pertumbuhan industri kecantikan yang begitu pesat, membuat perusahaan yang bergerak dalam sektor tersebut pun berlomba-lomba mempromosikan produknya untuk dapat sekedar bersaing di pasaran, atau bahkan untuk melakukan ekspansi besar-besaran ke mancanegara. Demi mendapatkan keuntungan yang besar di tengah peluang yang ada, perusahaan-perusahaan multinasional menerapkan berbagai macam strategi yang tidak jarang diantaranya bersifat eksploitatif dan merusak lingkungan. Contoh yang paling sederhana dan dapat dirasakan secara nyata oleh masyarakat umum adalah penumpukan limbah plastik bekas kemasan kosmetik, yang diperkirakan bertambah sebanyak 120 juta unit setiap tahunnya.³ Selain itu, masih banyak dampak merusak yang diakibatkan oleh pertumbuhan industri kosmetik,

¹ Ivana Deva Rukmana, *Perusahaan Kosmetik di Indonesia*, Kompas, diakses melalui <https://compas.co.id/article/perusahaan-kosmetik-di-indonesia/> (08/03/2023, 12.56 WIB).

² Naomi Adisty, *Tumbuh Pesat, Pemakaian Produk Kecantikan di Indonesia Kian Meningkat*, Good Stats, diakses melalui <https://goodstats.id/article/menilik-meningkatnya-konsumsi-produk-kecantikan-di-indonesia-LcQed> (08/03/2023, 13.12 WIB).

³ Charlie Fletcher, *The Environmental and Health Impacts of the Cosmetic Industry*, Earth Org, <https://earth.org/environmental-impacts-cosmetic-industry/> (08/03/2023, 13.15 WIB).

seperti *animal testing*, penggunaan bahan baku yang tidak terbarukan, dan lain sebagainya.

Kendati demikian, di tengah maraknya *brand* kosmetik yang kurang memperhatikan kelestarian lingkungan hidup, terdapat beberapa di antaranya yang justru memberi perhatian lebih terhadap pemeliharaan lingkungan, bahkan juga turut memberdayakan komunitas secara berkelanjutan. Hal tersebut dilakukan oleh suatu badan usaha dengan menerapkan prinsip-prinsip *fair trade*, yakni sebuah sistem atau mekanisme berniaga, yang didesain untuk meminimalisir dampak negatif dari kapitalisme global, mulai dari proses pemilihan bahan baku, hingga proses produksi. Salah satu perusahaan multinasional yang menerapkan prinsip-prinsip *fair trade* dalam aktivitas bisnisnya adalah L'Occitane Group. L'Occitane Group gencar melakukan *branding* sebagai perusahaan kecantikan yang berkomitmen kuat terhadap pemberdayaan keanekaragaman hayati, iklim, hingga komunitas yang berkelanjutan. Dengan semboyan "*With empowerment we positively impact people and regenerate nature*", L'Occitane Group memiliki misi untuk tidak hanya meraup keuntungan semata melalui bisnisnya, tetapi juga turut berupaya melestarikan dan meregenerasi keanekaragaman hayati; memberikan perubahan untuk menanggulangi krisis iklim; serta menciptakan peluang dan memberdayakan masyarakat yang tergabung dalam komunitas-komunitas tertentu, seperti komunitas petani dan perempuan.⁴

⁴ Groupe L'Occitane, *WITH EMPOWERMENT WE POSITIVELY IMPACT PEOPLE AND REGENERATE NATURE*, L'Occitane Group, diakses melalui <https://group.loccitane.com/group/who-we-are> (08/03/2023, 15.09 WIB)

L'Occitane Group sendiri merupakan perusahaan manufaktur global, di mana ia juga memiliki gerai *retail* yang tersebar hampir di seluruh dunia. Perusahaan ini bergerak dalam bidang kecantikan dan kesehatan berbahan dasar alami. L'Occitane pertama kali didirikan pada Tahun 1976 oleh Olivier Baussan yang meluncurkan lini bisnis pertamanya bernama L'Occitane en Provence.⁵ Hingga pada Tahun 1997, L'Occitane Group akhirnya resmi dibentuk dengan menerapkan strategi-strategi marketing untuk skala internasional yang dirancang oleh Reinold Geiger.⁶ Sebagai *brand* kecantikan ternama yang telah eksis selama hampir lima Dekade, L'Occitane Group mengklaim dirinya sebagai perusahaan yang telah ahli dalam pengolahan bahan-bahan alami dan organik, disertai dengan riset dan inovasi yang selalu mereka kembangkan, serta pemberdayaan komunitas yang berkelanjutan dalam aktivitas produksinya.⁷ Tak hanya itu, L'Occitane sebagai aktor dalam bisnis internasional, juga merasa bahwa mereka memiliki tanggung jawab dalam bidang pengembangan berkelanjutan, dengan mengungkap beberapa program sosial. Klaim-klaim dan komitmen bisnis yang diusung L'Occitane tersebut merupakan gagasan-gagasan yang berangkat dari implementasi prinsip-prinsip *fair trade*.

Pada dasarnya, *fair trade* merupakan sebuah sistem yang diperkenalkan untuk menjamin kesejahteraan bagi para petani, pembudidaya, atau para produsen berskala kecil, yang mengalami ketidakadilan akibat bisnis yang mengglobal dan

⁵ Groupe L'Occitane, *Our brands*, L'Occitane Group, diakses melalui <https://group.loccitane.com/> (10/03/2023, 10.20 WIB).

⁶ *Ibid.*

⁷ L'occitane en Provence, *Our Formulation Philosophy*. L'Occitane Group, diakses melalui <https://www.loccitane.com/en-us/clean-charter> (10/03/2023, 10.22 WIB).

kapitalisme di era globalisasi ekonomi.⁸ Tujuan dari diciptakannya konsep *fair trade* adalah untuk setidaknya dapat memberi memberi keuntungan terhadap para pelaku bisnis berskala kecil. Dalam arti lain, target dari *fair trade* ini adalah komunitas-komunitas yang kurang diuntungkan akibat kapitalisme, sehingga mereka juga dapat turut berpartisipasi dalam bisnis atau perdagangan internasional. Seiring dengan meningkatnya keresahan dan keprihatinan masyarakat terhadap dampak merusak kapitalisme dan globalisasi ekonomi, *fair trade* kini menjadi bagian dari strategi bisnis yang diterapkan oleh banyak perusahaan untuk menarik simpati konsumen. Dalam arti lain, *fair trade* dapat menjadi strategi pemasaran produk bagi sebuah perusahaan untuk mempromosikan produknya di pasaran. Dengan mem-branding dirinya sebagai pelaku usaha yang menaruh *concern* lebih terhadap komunitas-komunitas marjinal dan kelestarian lingkungan, perusahaan-perusahaan tersebut tidak hanya berorientasi pada profit dalam aktivitas bisnisnya, sehingga masyarakat dapat bersimpati dengan produk yang mereka pasarkan, hingga akhirnya masyarakat pun tertarik untuk menjadi konsumen mereka.

L'Occitane Group merupakan salah satu perusahaan yang menerapkan prinsip *fair trade* sejak pertama kali merintis.⁹ Pada mulanya, perusahaan tersebut berfokus pada penggunaan bahan-bahan alami dan ramah lingkungan untuk produk buatannya, namun, saat ini, L'Occitane Group berkomitmen untuk benar-benar

⁸ Sukma Sushanti, *Fair Trade: Sebuah Alternatifkah?* Jurnal Ilmiah WIDYA SOSIOPOLITIKA, 8(1), Denpasar: Universitas Udayana, halaman 40–44.

⁹ Groupe L'Occitane, *Our brands*, L'Occitane Group, diakses melalui <https://group.loccitane.com/> (10/03/2023, 10.20 WIB).

menerapkan prinsip-prinsip *fair trade* dalam aktivitas bisnisnya, yang mana hal tersebut telah melekat kuat sebagai identitas *brand* usahanya di pasaran. Sejak Tahun 2010, L'Occitane melaporkan jika penerapan prinsip *fair trade* yang mereka lakukan tidak hanya pada aspek penggunaan bahan baku natural yang ramah lingkungan saja, melainkan merambah pada aspek *sustainability* di sektor lingkungan hingga sosioekonomi.

Melalui latar belakang tersebut, kemudian menjadi menarik untuk melakukan analisis lebih dalam mengenai bagaimana sebuah perusahaan multinasional yang cukup ternama di dunia, yakni L'Occitane Group, mempertahankan eksistensinya selama beberapa dekade dengan prinsip *fair trade* yang diusungnya. Di tengah skeptisme masyarakat terhadap korporat-korporat kapitalis di era globalisasi ekonomi, L'Occitane memberi komitmen pada masyarakat untuk tetap mempertahankan *branding* sebagai perusahaan kecantikan yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga turut berperan aktif dalam upaya pemberdayaan lingkungan dan komunitas yang berkelanjutan melalui implementasi prinsip-prinsip *fair trade* dalam aktivitas bisnisnya.

Selain itu, L'Occitane Group sebagai perusahaan multinasional yang menerapkan prinsip *fair trade* juga memiliki beberapa program kederewanan yang dikhususkan untuk anak-anak, wanita, dan lingkungan. Program kederewanan atau *Philanthropy Program* yang dicanangkan oleh L'Occitane Group merupakan program-program yang belum pernah dibuat oleh perusahaan lain yang sama-sama mengimplementasikan *fair trade*. Pada umumnya, program-program *fair trade* yang dibuat oleh perusahaan lain hanya berhenti sampai

pemberdayaan karyawan dan perdagangan komunitas (*community trade*). Hal tersebut yang membuat strategi yang dibuat oleh L'Occitane Group menjadi menarik untuk dijadikan sebagai objek penelitian. Program filantropis L'Occitane Group yang sarat dengan nilai sosial dan kemanusiaan dapat dijumpai dalam *Union for Vision 10 by 20*, yakni upaya mengurangi kebutuhan pada anak-anak di 20 negara; Pemberdayaan petani perempuan melalui komoditi *shea butter* di Burkina Faso, serta Peningkatan Kepemimpinan Perempuan di Seluruh Dunia; hingga program yang ketiga, yakni *Preservation of Natural Heritage*, di mana program tersebut ditujukan untuk melestarikan kekayaan alam yang ada di kawasan Provence dan Mediterania Perancis.¹⁰

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang harus dipecahkan melalui penelitian ini adalah bagaimana L'Occitane Group sebagai perusahaan kecantikan multinasional mengimplementasikan prinsip *fair trade*, dalam upaya pemberdayaan lingkungan dan komunitas yang berkelanjutan?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk menjabarkan secara lebih rinci mengenai prinsip-prinsip *fair trade* yang diimplementasikan oleh L'Occitane Group, sebagai

¹⁰ Groupe L'Occitane, *WITH EMPOWERMENT WE POSITIVELY IMPACT PEOPLE AND REGENERATE NATURE*, L'Occitane Group, diakses melalui <https://group.loccitane.com/group/who-we-are> (08/03/2023, 15.09 WIB).

perusahaan kecantikan multinasional yang berupaya untuk melakukan pemberdayaan terhadap lingkungan dan komunitas secara berkelanjutan melalui aktivitas bisnisnya di pasar global.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1.3.2.1 Manfaat Akademis

Manfaat akademis yang diharapkan dapat diberikan oleh penulis dengan dilakukannya riset tentang implementasi prinsip-prinsip *fair trade* yang diterapkan oleh L'Occitane Group sebagai upaya pemberdayaan lingkungan dan komunitas yang berkelanjutan, adalah untuk memberikan kontribusi terhadap pengembangan wawasan dan pengetahuan baru kepada khalayak luas, terutama untuk kalangan civitas akademika. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa sumbangan ilmu pengetahuan bagi kajian Ilmu Sosial dan Humaniora, terutama kajian Ilmu Hubungan Internasional terkait konsep yang digunakan dalam analisis, yang mana dalam penelitian ini penulis menggunakan konsep *Fair Trade* dalam sub pembahasan Bisnis Internasional. Konsep *Fair Trade* dalam penelitian ini diterapkan agar nantinya prinsip-prinsip yang ada di dalamnya dapat diidentifikasi dan digunakan sebagai pedoman untuk menganalisis dan menjelaskan mengenai aktivitas bisnis L'Occitane Group sebagai perusahaan multinasional di pasar global, dalam upaya melakukan pemberdayaan lingkungan dan komunitas secara berkelanjutan.

1.3.2.2 Manfaat Praktis

Selain dapat memberikan kontribusi dalam bidang akademik, penulis juga berharap bahwa riset yang dilakukan oleh penulis dapat membawa manfaat personal tersendiri bagi penulis. Penelitian yang penulis lakukan secara langsung membantu penulis dalam hal pemahaman terhadap aspek-aspek lingkungan, sosial, hingga ekonomi yang terkandung dalam gagasan *fair trade*, yang menjadi sebuah isu kontemporer. Selain memberi manfaat praktis bagi penulis, penelitian ini tentu saja akan sangat bermanfaat secara praktis bagi pembaca untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang isu lingkungan serta sosio ekonomi yang diusung dalam aktivitas bisnis sebuah perusahaan multinasional yang bergerak dalam sektor industri kecantikan. Melalui pemahaman tersebut, pembaca diharapkan akan lebih peka terhadap isu-isu terkait pengarusutamaan gender, serta memahami betapa pentingnya isu lingkungan dan sosioekonomi yang sedikit banyak mempengaruhi dan dipengaruhi aktivitas bisnis. Hal ini nantinya akan memberi sumbangsih dalam upaya meningkatkan *awareness* masyarakat akan isu lingkungan dan sosioekonomi, di tengah maraknya kapitalisme dan konsumerisme akibat globalisasi ekonomi yang semakin tidak terkontrol.

1.4 Penelitian Terdahulu

Penulisan riset ini tentu saja tidak dapat dilakukan tanpa adanya rujukan dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan di masa lalu. Selain itu, demi menghindari adanya plagiasi dan mempertahankan orisinalitas penelitian, penulis menghadirkan beberapa penelitian yang telah dilakukan di masa lalu untuk diulas. Penelitian-penelitian terdahulu yang akan diulas penulis klasifikasikan ke dalam dua kategori, yakni kategori pertama memuat penelitian tentang penerapan prinsip

fair trade untuk pemberdayaan berkelanjutan, sedangkan yang kedua adalah kategori yang berisi tentang implementasi prinsip-prinsip *fair trade* oleh perusahaan-perusahaan multinasional yang bergerak dalam sektor kecantikan.

1.4.1 Penerapan Prinsip Fair Trade untuk Pemberdayaan Berkelanjutan

Penelitian yang pertama dalam kaitannya dengan penerapan prinsip *fair trade* untuk pembangunan berkelanjutan adalah sebuah artikel ilmiah yang dipublikasikan melalui jurnal *Dialogia Iuridica*. Artikel ilmiah tersebut dipublikasikan pada Tahun 2019 dan ditulis oleh Ryan Harris Nasution, seorang mahasiswa Fakultas Hukum di Universitas Katolik Parahyangan, dengan judul **PENERAPAN PRINSIP FAIR-TRADE DALAM UPAYA PENINGKATAN KESEJAHTERAAN PETANI KOPI.**¹¹ Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang berusaha memberikan kegunaan praktis dalam perkembangan hukum-hukum agrikultur.

Penelitian ini secara garis besar menyelidiki tentang implementasi *fair trade* dalam upaya memberdayakan komunitas petani di berbagai wilayah di Indonesia, di mana petani di Indonesia dinilai sangat memerlukan perlindungan hukum dalam mengatasi isu-isu ketidakadilan yang mereka alami dalam aktivitas ekonomi akibat kapitalisme. Penelitian ini menghasilkan penemuan berupa Undang-Undang Perlindungan dan Pemberdayaan Petani yang ada di Indonesia dapat dikatakan mengandung prinsip-prinsip *fair trade* dalam implementasinya. Hal tersebut dapat

¹¹ Ryan Harris Nasution. *Penerapan Prinsip Fair-Trade Dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan Petani Kopi Di Jawa Barat*. *Dialogia Iuridica: Jurnal Hukum Bisnis Dan Investasi*, 10(2), 2019, 50–75.

diidentifikasi melalui implementasi prinsip *fair price*, prinsip pendampingan, dan prinsip transparansi.¹² Melalui Undang-Undang tersebut, para petani kopi di Indonesia akan mendapatkan perlindungan hak-hak petani, seperti hak-hak keadilan dalam aspek harga komoditas yang mereka jual.

Penelitian berjudul PENERAPAN PRINSIP FAIR-TRADE DALAM UPAYA PENINGKATAN KESEJAHTERAAN PETANI KOPI dinilai penulis sebagai sebuah rujukan yang bermanfaat bagi penelitian ini, di mana penelitian tersebut membahas mengenai sebuah hukum yang mengusung prinsip-prinsip *fair trade* dalam upaya pemberdayaan komunitas. Hal tersebut sejalan penelitian yang sedang penulis kerjakan, di mana penelitian ini juga berusaha mengidentifikasi prinsip-prinsip *fair trade* untuk pemberdayaan lingkungan dan komunitas. Perbedaan dari kedua penelitian tersebut terletak pada lembaga yang menerapkan prinsip-prinsip *fair trade*. Jika penelitian berjudul PENERAPAN PRINSIP FAIR-TRADE DALAM UPAYA PENINGKATAN KESEJAHTERAAN PETANI KOPI menjadikan negara sebagai objek, penelitian ini menjadikan perusahaan multinasional sebagai objek.

Penelitian kedua diambil dari artikel ilmiah yang diterbitkan di Jurnal *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, dengan judul ***IMPLEMENTATION OF FAIRTRADE AT THE EARLY STAGE AND ITS IMPACT ON SUSTAINABLE SUPPLY CHAIN***.¹³ Artikel tersebut ditulis oleh

¹² *Ibid.*

¹³ Amalia Suzianti dkk, *Implementation of Fairtrade at the Early Stage and Its Impact on Sustainable Supply Chain*. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 219(1).

Amalia Suzianti pada Tahun 2019. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, di mana tujuan dari ditulisnya artikel tersebut adalah untuk mendukung implementasi *fair trade* di Halmahera Selatan, Provinsi Maluku Utara.

Diketahui, Halmahera Selatan merupakan daerah yang memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya melalui sektor pertanian rempah-rempah. Sebagian besar komoditas yang dihasilkan dari daerah tersebut menjadi komoditas yang memenuhi kualifikasi ekspor.¹⁴ Prinsip *fair trade* di sini hadir untuk menjamin bahwa aktivitas ekonomi yang melibatkan beberapa aktor, yakni petani hingga eksportir rempah, dapat menghasilkan keuntungan yang optimal bagi para petani di Halmahera, yang mana hal tersebut masih belum dapat tercapai. Adapun penemuan yang dihasilkan dari penelitian ini adalah pemetaan kebutuhan para petani rempah di Halmahera, di mana nantinya pemetaan tersebut dapat digunakan untuk mengembangkan *action plan* untuk sertifikasi *fair trade* menurut FLOCERT yang merupakan sebuah lembaga sertifikasi *fair trade* global.

Penelitian berjudul *IMPLEMENTATION OF FAIRTRADE AT THE EARLY STAGE AND ITS IMPACT ON SUSTAINABLE SUPPLY CHAIN* dinilai penulis sebagai sebuah rujukan yang bermanfaat bagi penelitian ini, di mana penelitian tersebut membahas mengenai kebutuhan para petani Halmahera sesuai prinsip-prinsip *fair trade*, sehingga nantinya implementasi *fair trade* di daerah tersebut dapat benar-benar memberi dampak positif terhadap kesejahteraan petani rempah di Halmahera. Hal tersebut sejalan penelitian yang sedang penulis kerjakan, di mana

¹⁴ *Ibid* hal. 11.

penelitian ini juga berusaha mengidentifikasi prinsip-prinsip *fair trade* untuk pemberdayaan lingkungan dan komunitas.

Penelitian ketiga yang menjadi rujukan dari penelitian ini adalah sebuah artikel ilmiah yang berjudul *HOW TO IMPLEMENT FAIR TRADE IN INDONESIA (CASE STUDY: APIKRI SUCCESS IN IMPLEMENTING FAIR TRADE IN YOGYAKARTA)*.¹⁵ Penelitian ini ditulis oleh Yovita Dhevi Sylviana yang dipublikasikan melalui Jurnal Dinamika Global. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan metode penelitian studi kasus yang dilakukan di Yogyakarta. Artikel tersebut dipublikasikan pada Tahun 2018. Penelitian ini mengangkat kasus kesuksesan APIKRI sebagai Organisasi *Fair Trade* yang bergerak di sektor kerajinan.

Melalui penelitian tersebut, dapat diidentifikasi rintangan dan tantangan yang muncul dalam implementasi sistem *fair trade* di Yogyakarta. Melalui penemuan tersebut, pada akhirnya solusi-solusi tentang implementasi *fair trade* dapat ditemukan. Solusi-solusi tersebut lah yang dapat membuat APIKRI dapat bertahan di Indonesia dengan tetap mengimplementasikan prinsip-prinsip *fair trade*. Selain itu, melalui penelitian tersebut, dapat ditemukan bahwasannya aktor-aktor yang terlibat dalam mekanisme *fair trade* memegang peranan kunci dalam upaya mensukseskan implementasi *fair trade* itu sendiri. Kooperasi yang terjalin antar aktor tersebut merupakan faktor penentu dalam kesuksesan *fair trade*.¹⁶

¹⁵ Yovita Dhevi Sylviana, *How to Implement Fair Trade in Indonesia (Case Study: Apikri Success in Implementing Fair Trade in Yogyakarta)*. Jurnal Dinamika Global, 03(02).

¹⁶ *Ibid.*

Penelitian berjudul *HOW TO IMPLEMENT FAIR TRADE IN INDONESIA (CASE STUDY: APIKRI SUCCESS IN IMPLEMENTING FAIR TRADE IN YOGYAKARTA)* dinilai penulis sebagai sebuah rujukan yang bermanfaat bagi penelitian ini, di mana penelitian tersebut menghasilkan rintangan dan tantangan dalam implementasi *fair trade*, sekaligus solusi dari rintangan dan tantangan tersebut. Selain itu, aktor kunci dalam implementasi *fair trade* yang dibahas dalam penelitian tersebut juga sejalan penelitian yang sedang penulis kerjakan, di mana penelitian ini juga berusaha mengidentifikasi aktor-aktor yang terlibat dalam *fair trade* untuk pemberdayaan lingkungan dan komunitas.

1.4.3 Penerapan Fair Trade dalam Industri Kecantikan

Penelitian keempat adalah skripsi yang ditulis oleh mahasiswa Program Studi Hubungan Internasional Universitas Katolik Parahyangan yang berjudul **IMPLEMENTASI PRINSIP-PRINSIP FAIR TRADE OLEH DR. BRONNER'S MELALUI PROYEK SERENDIWORLD**.¹⁷ Penelitian tersebut ditulis pada Tahun 2018 oleh Fionna Susilo. Dalam tulisan tersebut, penulis menerapkan metode penelitian kualitatif deskriptif sebagai alat analisisnya, di mana penulis berusaha menjelaskan bagaimana penerapan prinsip-prinsip *fair trade* yang dilakukan oleh Dr. Bronner's sebagai perusahaan kecantikan yang bergerak di pasar global. Dijelaskan bahwa Dr. Bronner's sebagai perusahaan multinasional berupaya untuk menginternalisasikan prinsip-prinsip *fair trade* dalam aktivitas bisnisnya.

¹⁷ Fionna Susilo, 2018, *Impelementasi Prinsip-Prinsip Fair Trade oleh Dr. Bronner's melalui Proyek Serendiworld*, Skripsi, Bandung: Universitas Katolik Parayhyangan, hal. 3.

Dalam penelitian tersebut, penulis berfokus pada pemasaran sebuah produk yang diproduksi oleh Dr. Bronner's, yakni *Dr. Bronner's Magic Soaps* yang berbahan dasar kelapa sawit. Dalam upaya internalisasi prinsip-prinsip *fair trade* yang dilakukan oleh Dr. Bronner's, perusahaan tersebut membentuk sebuah proyek khusus yang disebut dengan Serendiworld. Melalui kampanye Dr. Bronner's dalam proyek Serendiworld, Dr. Bronner's mengklaim bahwa dirinya tidak hanya berorientasi pada profit semata, melainkan juga berupaya untuk memberdayakan para petani kelapa sawit di berbagai belahan dunia, yakni Ghana, Sri Lanka, dan Kenya. Melalui penelitian tersebut, ditemukan bahwa proyek Serendiworld yang dilakukan oleh Dr. Bronner's, sebagai perusahaan multinasional, berhasil memberdayakan dan mensejahterakan lebih dari 20.000 petani di tiga negara tersebut.¹⁸

Dari hasil temuan yang dihasilkan dari penelitian yang ditulis oleh Fionna Susilo, didapat kesimpulan bahwa penerapan prinsip *fair trade* yang dilakukan oleh Dr. Bronner's sebagai perusahaan multinasional, terbukti secara empiris dapat membawa dampak positif bagi komunitas petani di Ghana, Sri Lanka, dan Kenya. Oleh karenanya, dapat dikatakan bahwa Dr. Bronner's berhasil menginternalisasikan prinsip-prinsip *fair trade* dan mencapai tujuan dari *fair trade* itu sendiri dalam aktivitas bisnisnya di pasar global. Oleh karenanya, penulis menjadikan penelitian tersebut sebagai rujukan. Mulai dari jenis penelitian, metode penelitian, tujuan hingga objek penelitian, memiliki kesamaan dengan penelitian

¹⁸ *Ibid* hal. 14.

ini. Perbedaannya hanya terletak pada perusahaan multinasional yang menjadi objek penelitian.

Penelitian kelima adalah skripsi yang ditulis oleh Fransisca Ludmilla, seorang mahasiswi Program Studi Hubungan internasional Universitas Katolik Parahyangan. Penelitian ini dipublikasikan pada Tahun 2017, dengan **IMPLEMENTASI FAIR TRADE AKOMA COOPERATIVE TERHADAP MASYARAKAT PUSU-NAMOGO DI GHANA.**¹⁹ Metode penelitian yang digunakan penulis dalam riset ini adalah metode kualitatif deskriptif, di mana penulis menjelaskan bagaimana penerapan prinsip-prinsip *fair trade* yang dilakukan oleh Akoma Cooperative sebagai perusahaan kecantikan yang bergerak di pasar global. Dijelaskan bahwa Akoma Cooperative sebagai perusahaan multinasional berupaya untuk menginternalisasikan prinsip-prinsip *fair trade* dalam aktivitas bisnisnya, melalui pemberdayaan komunitas di Pusu-Namogo, Ghana.

Melalui riset tersebut, Fransisca sebagai penulis berusaha mendeskripsikan bagaimana Akoma Cooperative sebagai perusahaan multinasional, tidak hanya memprioritaskan profit dalam memasarkan produknya di pasar global, melainkan berupaya memberdayakan masyarakat di negara berkembang di Benua Afrika, yakni Ghana. Diketahui, dalam upaya tersebut, Akoma Cooperative mengimplementasikan prinsip-prinsip *fair trade*, di mana mereka berupaya untuk memberdayakan komunitas petani di Ghana, yang mana masyarakat di daerah

¹⁹ Fransisca Ludmilla, 2017, *Implementasi Fair Trade Akoma Cooperative terhadap Masyarakat Pusu-Namogo di Ghana*, Skripsi, Bandung: Universitas Katolik Parahyangan, hal. 02.

tersebut memiliki kesejahteraan yang rendah. Akoma Cooperative mendorong petani di Pusu-Namogo, Ghana, untuk membudidayakan tanaman Shea Butter yang nantinya tanaman tersebut mereka gunakan sebagai bahan baku dari produk kecantikan yang mereka pasarkan di pasar global.²⁰ Selain memberdayakan masyarakat, melalui program budidaya tanaman Shea Butter, Akoma Cooperative juga berupaya untuk menjaga kelestarian lingkungan di Ghana, karena tanaman Shea Butter dapat mencegah ekosistem di daerah tersebut dari kekeringan.

Penelitian tersebut menghasilkan temuan bahwasannya Akoma Cooperative berhasil menerapkan prinsip-prinsip *fair trade* di Pusu-Namogo. Hal tersebut dibuktikan dengan terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat Pusu-Namogo dalam bidang agrikultur, tepatnya untuk komoditas Shea Butter. Komoditas yang dihasilkan tidak hanya dimanfaatkan oleh Akoma Cooperative sebagai bahan baku produknya saja, melainkan diekspor ke berbagai negara, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Pusu-Namogo. Oleh karenanya, penulis menjadikan penelitian tersebut sebagai rujukan. Mulai dari jenis penelitian, metode penelitian, tujuan hingga objek penelitian, memiliki kesamaan dengan penelitian ini. Perbedaannya hanya terletak pada perusahaan multinasional yang menjadi objek penelitian.

Penelitian keenam diambil dari sebuah artikel ilmiah yang ditulis oleh Putu Wahyu Mila Sari, Sukma Sushanti, dan I Made Universitas Udayana. Penelitian tersebut berjudul **UPAYA THE BODY SHOP DALAM MENDUKUNG**

²⁰ *Ibid.*

PENERAPAN PRINSIP FAIR TRADE DI BIDANG LINGKUNGAN DALAM AKTIVITAS BISNISNYA.²¹ Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif, di mana penulis berupaya untuk menjabarkan bagaimana The Body Shop sebagai perusahaan multinasional yang bergerak dalam sektor kecantikan, di mana perusahaan tersebut berupaya untuk mempromosikan *fair trade*. Tujuan dari penelitian ini adalah memberi gambaran tentang bagaimana *fair trade* diinternalisasi oleh The Body Shop untuk memberdayakan lingkungan.

Ditemukan dalam penelitian tersebut, dalam mengimplementasikan prinsip *fair trade*, The Body Shop menerapkan beberapa program yang meliputi *Against Animal Testing*, *Activate Self Esteem*, *Defend Human Rights*, dan *Protect Our Planet*. The Body Shop bekerja sama dengan Community Fair Trade, di mana implementasi *fair trade* yang dilakukan oleh The Body Shop diregulasi sesuai dengan *Code of Conduct* yang dikeluarkan oleh *Community Fair Trade*. Selain itu, program *Wood Positive* juga dibuat The Body Shop dalam upaya pelestarian lingkungan menggunakan *fair trade*. Program tersebut telah berhasil dilaksanakan di Hutan Hujan Brazil dan juga Ekuador, menggandeng World Land Trust dan organisasi lingkungan yang berada di wilayah tersebut.²² Program yang dilaksanakan The Body Shop pada akhirnya berhasil mendapatkan sertifikasi *fair trade* dari Community Fair Trade, serta berhasil mengupayakan keseimbangan

²¹ Putu Wahyu Mila Sari dkk, *Upaya the Body Shop Dalam Mendukung Penerapan Prinsip Fair Trade Di Bidang Lingkungan Dalam Aktivitas Bisnisnya*. Simdos Unud, 5(2), hal. 2.

²² *Ibid* hal. 17.

penggunaan kertas melalui penanaman pohon di wilayah-wilayah yang telah disebutkan di atas.

Dari hasil temuan yang dihasilkan dari penelitian yang ditulis oleh Fionna Susilo, didapat kesimpulan bahwa penerapan prinsip *fair trade* yang dilakukan oleh The Body Shop sebagai perusahaan multinasional, berhasil mendapatkan sertifikasi *fair trade* karena berhasil menjalankan program-programnya untuk menjaga kelestarian lingkungan. Oleh karenanya, dapat dikatakan bahwa The Body Shop berhasil menginternalisasikan prinsip-prinsip *fair trade* dan mencapai tujuan dari *fair trade* itu sendiri dalam aktivitas bisnisnya di pasar global. Melalui latar belakang tersebut, penulis menjadikan penelitian tersebut sebagai rujukan. Mulai dari jenis penelitian, metode penelitian, tujuan hingga objek penelitian, memiliki kesamaan dengan penelitian ini. Perbedaannya hanya terletak pada perusahaan multinasional yang menjadi objek penelitian.

Penelitian ketujuh adalah artikel yang dimuat dalam Jurnal Sentris KSMPMI Tahun 2019 berjudul **IMPLEMENTASI PRINSIP FAIR TRADE OLEH THE BODY SHOP SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT RWANDA.**²³ Artikel tersebut ditulis oleh Kathleen Mintardja, Priscilia Christian Kadim, dan Stella Claresta Alexander. Riset tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penulis berusaha menjabarkan upaya The Body Shop untuk mengimplementasikan prinsip-prinsip

²³ Kathleen Mintarja dkk, Implementasi Prinsip Fair Trade oleh The Body Shop sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Rwanda. *Jurnal Sentris*, 2(2), 2020, 32–46.

fair trade dalam aktivitas bisnisnya. Adapun program yang disorot adalah upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat di Rwanda.

Dijelaskan dalam penelitian tersebut, bahwa The Body Shop sebagai perusahaan multinasional yang terus melakukan pengembangan dan ekspansi bisnisnya ke pasar global, berupaya untuk memenuhi kualifikasi-kualifikasi *fair trade* dengan berbagai macam kebijakan dan programnya. Melalui komitmen bahwa mereka tidak hanya mencari keuntungan dalam bisnis internasional semata, The Body Shop mengimplementasikan konsep *fair trade* untuk turut melakukan pemberdayaan pada komunitas tertentu, demi berkontribusi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di dunia ketiga.²⁴ Upaya tersebut direalisasikan melalui program *community trade*, yang diatur melalui *Ethical Trade Programme*. Dijelaskan bahwa The Body Shop melalui program tersebut berupaya untuk menghapuskan diskriminasi, ketidakadilan, dan situasi kerja yang tidak representatif di kalangan petani.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh penulis, ditemukan bahwasannya The Body Shop sebagai perusahaan multinasional yang berkomitmen mengimplementasikan *fair trade* telah menghasilkan berbagai macam program dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat Rwanda. Salah satunya adalah implementasi program Moringa Community Trade yang berupaya untuk menjamin kesamaan hak dan kesempatan bagi laki-laki dan perempuan Rwanda, dalam hal pemanfaatan sumber daya alam dan proses-proses pengambilan keputusan. Banyak

²⁴ *Ibid* hal. 19.

hal dari penelitian ini yang dapat memberikan kontribusi bagi penelitian yang sedang penulis kerjakan. Oleh karenanya, penulis menjadikan penelitian tersebut sebagai rujukan. Mulai dari jenis penelitian, metode penelitian, tujuan hingga objek penelitian, memiliki kesamaan dengan penelitian ini. Perbedaannya hanya terletak pada perusahaan multinasional yang menjadi objek penelitian.

Penelitian kedelapan adalah artikel ilmiah yang berjudul **UPAYA THE BODY SHOP FOUNDATION DALAM Mendukung FAIR TRADE DI GUATEMALA**.²⁵ Artikel tersebut dipublikasikan melalui e-Journal Hubungan Internasional pada Tahun 2018 milik Universitas Mulawarman. Penulis dari artikel tersebut adalah Riska Oktaviana. Dalam mengkaji *fair trade* yang dilakukan oleh The Body Shop di Guatemala, penulis artikel menggunakan metode kualitatif deskriptif, di mana ia berusaha menggambarkan tentang bagaimana The Body Shop sebagai perusahaan multinasional yang bergerak dalam industri kecantikan berupaya untuk mengimplementasikan prinsip-prinsip *fair trade* untuk memberdayakan masyarakat Guatemala.

Diketahui, bahwasannya Guatemala merupakan sebuah negara berkembang di kawasan Amerika Latin yang memiliki taraf kesejahteraan masyarakat yang rendah. Karena latar belakang tersebut, The Body Shop yang berkomitmen untuk tidak hanya berorientasi pada profit, melainkan turut berkontribusi dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat di negara-negara berkembang, yang pada

²⁵ Riska Oktaviana, *UPAYA THE BODY SHOP FOUNDATION DALAM Mendukung FAIR TRADE DI GUATEMALA*. eJournal Ilmu Hubungan Internasional FISIP Unmul, 6(4), 2018, hal. 1587–1596.

kasus ini adalah Guatemala. Adapun program-program yang dilakukan The Body Shop meliputi pengalokasian bantuan luar negeri, bantuan teknis dan program, bantuan anggaran, hingga penyebaran informasi, yang seluruhnya didedikasikan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas petani di Guatemala.²⁶

Dari penelitian tersebut, dihasilkan kesimpulan bahwa dalam dinamika Ekonomi dan Politik Global, terdapat aktor-aktor baru, yakni perusahaan multinasional, yang dalam kasus ini merupakan The Body Shop Foundation, dimana aktor-aktor tersebut turut memberikan kontribusi yang aktif dalam perkembangan isu-isu di Kajian Hubungan Internasional melalui aktivitas *fair trade* yang dijalankannya. Oleh karenanya, penulis menjadikan penelitian tersebut sebagai rujukan. Mulai dari jenis penelitian, metode penelitian, tujuan hingga objek penelitian, memiliki kesamaan dengan penelitian ini. Perbedaannya hanya terletak pada perusahaan multinasional yang menjadi objek penelitian.

Tabel 1.1 Posisi Penelitian

No.	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ryan Harris Nasution "Penerapan Prinsip Fair-Trade dalam Upaya Peningkatan	Kualitatif deskriptif	Penelitian ini menghasilkan penemuan berupa Undang-Undang Perlindungan dan Pemberdayaan Petani yang ada di Indonesia dapat dikatakan mengandung prinsip-prinsip <i>fair trade</i> dalam implementasinya. Hal tersebut dapat

²⁶ *Ibid.*

	Kesejahteraan Petani Kopi”		diidentifikasi melalui implementasi prinsip <i>fair price</i> , prinsip pendampingan, dan prinsip transparansi. Melalui Undang-Undang tersebut, para petani kopi di Indonesia akan mendapatkan perlindungan hak-hak petani, seperti hak-hak keadilan dalam aspek harga komoditas yang mereka jual.
2.	Amalia Suzianti “Implementation of Fairtrade at The Early Stage and Its Impact on Sustainable Supply Chain”	Kualitatif deskriptif	Prinsip <i>fair trade</i> di sini hadir untuk menjamin bahwa aktivitas ekonomi yang melibatkan beberapa aktor, yakni petani hingga eksportir rempah, dapat menghasilkan keuntungan yang optimal bagi para petani di Halmahera, yang mana hal tersebut masih belum dapat tercapai. Adapun penemuan yang dihasilkan dari penelitian ini adalah pemetaan kebutuhan para petani rempah di Halmahera, di mana nantinya pemetaan tersebut dapat digunakan untuk mengembangkan <i>action plan</i> untuk sertifikasi <i>fair trade</i> menurut FLOCERT yang merupakan sebuah lembaga sertifikasi <i>fair trade</i> global.
3.	Yovita Dhevi Sylviana “How to Implement Fair Trade in Indonesia (Case Study: Apikri Success in Implementing Fair Trade in Yogyakarta)”	Kualitatif deskriptif	Melalui penelitian tersebut, dapat diidentifikasi rintangan dan tantangan yang muncul dalam implementasi sistem <i>fair trade</i> di Yogyakarta. Melalui penemuan tersebut, pada akhirnya solusi-solusi tentang implementasi <i>fair trade</i> dapat ditemukan. Solusi-solusi tersebut lah yang dapat membuat APIKRI dapat bertahan di Indonesia dengan tetap mengimplementasikan prinsip-prinsip <i>fair trade</i> . Selain itu, melalui penelitian tersebut, dapat ditemukan bahwasannya aktor-aktor yang

			terlibat dalam mekanisme <i>fair trade</i> memegang peranan kunci dalam upaya mensukseskan implementasi <i>fair trade</i> itu sendiri. Kooperasi yang terjalin antar aktor tersebut merupakan faktor penentu dalam kesuksesan <i>fair trade</i> .
4.	Fionna Susilo “Implementasi Prinsip-Prinsip <i>Fair Trade</i> oleh Dr. Bronner’s melalui Proyek Serendiworld”	Kualitatif deskriptif	Melalui kampanye Dr. Bronner’s dalam proyek Serendiworld, Dr. Bronner’s mengklaim bahwa dirinya tidak hanya berorientasi pada profit semata, melainkan juga berupaya untuk memberdayakan para petani kelapa sawit di berbagai belahan dunia, yakni Ghana, Sri Lanka, dan Kenya. Melalui penelitian tersebut, ditemukan bahwa proyek Serendiworld yang dilakukan oleh Dr. Bronner’s, sebagai perusahaan multinasional, berhasil memberdayakan dan mensejahterakan lebih dari 20.000 petani di tiga negara tersebut. Dari hasil temuan yang dihasilkan dari penelitian yang ditulis oleh Fionna Susilo, didapat kesimpulan bahwa penerapan prinsip <i>fair trade</i> yang dilakukan oleh Dr. Bronner’s sebagai perusahaan multinasional, terbukti secara empiris dapat membawa dampak positif bagi komunitas petani di Ghana, Sri Lanka, dan Kenya. Oleh karenanya, dapat dikatakan bahwa Dr. Bronner’s berhasil menginternalisasikan prinsip-prinsip <i>fair trade</i> dan mencapai tujuan dari <i>fair trade</i> itu sendiri dalam aktivitas bisnisnya di pasar global.
5.	Fransisca Ludmilla	Kualitatif deskriptif	Selain memberdayakan masyarakat, melalui program budidaya tanaman

	<p>“Implementasi <i>Fair Trade</i> Akoma Cooperative terhadap Masyarakat Pusu-Namogo di Ghana”</p>		<p>Shea Butter, Akoma Cooperative juga berupaya untuk menjaga kelestarian lingkungan di Ghana, karena tanaman Shea Butter dapat mencegah ekosistem di daerah tersebut dari kekeringan. Penelitian tersebut menghasilkan temuan bahwasannya Akoma Cooperative berhasil menerapkan prinsip-prinsip <i>fair trade</i> di Pusu-Namogo. Hal tersebut dibuktikan dengan terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat Pusu-Namogo dalam bidang agrikultur, tepatnya untuk komoditas Shea Butter. Komoditas yang dihasilkan tidak hanya dimanfaatkan oleh Akoma Cooperative sebagai bahan baku produknya saja, melainkan diekspor ke berbagai negara, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Pusu-Namogo.</p>
6.	<p>Putu Wahyu Mila Sari, Sukma Sushanti, dan I Made “Upaya The Body Shop dalam Mendukung Penerapan Prinsip Fair Trade di Bidang Lingkungan dalam Aktivitas Bisnisnya”</p>	<p>Kualitatif deskriptif</p>	<p>dalam mengimplementasikan prinsip <i>fair trade</i>, The Body Shop menerapkan beberapa program yang meliputi <i>Against Animal Testing, Activate Self Esteem, Defend Human Rights, dan Protect Our Planet</i>. The Body Shop bekerja sama dengan Community Fair Trade, di mana implementasi <i>fair trade</i> yang dilakukan oleh The Body Shop diregulasi sesuai dengan <i>Code of Conduct</i> yang dikeluarkan oleh Community Fair Trade. Selain itu, program <i>Wood Positive</i> juga dibuat The Body Shop dalam upaya pelestarian lingkungan menggunakan <i>fair trade</i>. Program tersebut telah berhasil dilaksanakan di Hutan Hujan</p>

			<p>Brazil dan juga Ekuador, menggandeng World Land Trust dan organisasi lingkungan yang berada di wilayah tersebut. Program yang dilaksanakan The Body Shop pada akhirnya berhasil mendapatkan sertifikasi <i>fair trade</i> dari Community Fair Trade, serta berhasil mengupayakan keseimbangan penggunaan kertas melalui penanaman pohon di wilayah-wilayah yang telah disebutkan di atas.</p>
7.	<p>Kathleen Mintarja, Priscilia Christian Kadim, dan Stella Claresta Alexander “Implementasi Prinsip Fair Trade oleh The Body Shop sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Rwanda”</p>	<p>Kualitatif deskriptif</p>	<p>The Body Shop mengimplementasikan konsep <i>fair trade</i> untuk turut melakukan pemberdayaan pada komunitas tertentu, demi berkontribusi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di dunia ketiga. Upaya tersebut direalisasikan melalui program <i>community trade</i>, yang diatur melalui <i>Ethical Trade Programme</i>. Dijelaskan bahwa The Body Shop melalui program tersebut berupaya untuk menghapuskan diskriminasi, ketidakadilan, dan situasi kerja yang tidak representatif di kalangan petani. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwasannya The Body Shop sebagai perusahaan multinasional yang berkomitmen mengimplementasikan <i>fair trade</i> telah menghasilkan berbagai macam program dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat Rwanda. Salah satunya adalah implementasi program Moringa Community Trade yang berupaya untuk menjamin kesamaan hak dan kesempatan bagi laki-laki dan perempuan Rwanda,</p>

			dalam hal pemanfaatan sumber daya alam dan proses-proses pengambilan keputusan.
8.	Riska Oktaviana “Upaya The Body Shop Foundation dalam Mendukung Fair Trade di Guatemala”	Kualitatif deskriptif	Adapun program-program yang dilakukan The Body Shop meliputi pengalokasian bantuan luar negeri, bantuan teknis dan program, bantuan anggaran, hingga penyebaran informasi, yang seluruhnya didedikasikan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas petani di Guatemala. Dari penelitian tersebut, dihasilkan kesimpulan bahwa dalam dinamika Ekonomi dan Politik Global, terdapat aktor-aktor baru, yakni perusahaan multinasional, yang dalam kasus ini merupakan The Body Shop Foundation, dimana aktor-aktor tersebut turut memberikan kontribusi yang aktif dalam perkembangan isu-isu di Kajian Hubungan Internasional melalui aktivitas <i>fair trade</i> yang dijelankannya.
9.	Queen Salsabila Jasmine “Implementasi Prinsip Implementasi Prinsip <i>Fair Trade</i> oleh <i>L’occitane Group</i> dalam Upaya Pemberdayaan Lingkungan dan Komunitas yang Berkelanjutan pada Industri Kecantikan”	Kualitatif Deskriptif	Penulis mengelompokkan program yang dicanangkan oleh <i>L’Occitane Group</i> menjadi dua kategori, yakni kategori pemberdayaan lingkungan yang terdiri dari: Pelestarian dan Regenerasi Keanekaragaman Hayati; Mitigasi Krisis Iklim; Minimalisasi Dampak Lingkungan dari Proses Produksi; dan Inovasi Desain Produk Ramah Lingkungan. Program tersebut memiliki relevansi dengan prinsip <i>fair trade</i> di konsep pertama, tentang perlindungan Hak Asasi Manusia yang sesuai dengan praktik-praktik ramah lingkungan. Program di atas juga memiliki relevansi dengan konsep kedua, di mana dalam

		<p>konsep Pemberdayaan untuk Pembangunan Berkelanjutan disebutkan bahwa lingkungan merupakan unit dari pemberdayaan, selaras dengan indikator pembangunan berkelanjutan yang menargetkan pengelolaan serta pengembangan di sektor ekologi. Pengelompokan kedua, yakni kategori pemberdayaan komunitas berkelanjutan yang terdiri dari: Pemberdayaan Karyawan; Manajemen Rantai Suplai yang Penuh Tanggung Jawab; dan Filantropi L'Occitane Group, memiliki relevansi dengan prinsip <i>fair trade</i> mengenai peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan para produsen kecil melalui peningkatan akses pasar, memperkuat komunitas produsen kecil, dan memberi harga yang pantas terhadap komoditas yang mereka jual, serta menjamin kontinuitas perdagangan. Selanjutnya, untuk relevansi program tersebut dengan konsep kedua terletak pada pernyataan bahwa komunitas masyarakat (pada program tersebut mencakup karyawan, produsen berskala kecil, dan kelompok perempuan) merupakan bagian dari unit pemberdayaan Hal tersebut selaras dengan indikator pembangunan berkelanjutan yang menargetkan pengelolaan serta pengembangan di sektor sosioekonomi.</p>
--	--	--

1.5 Kerangka Konseptual

1.5.1 *Fair Trade*

Ditinjau dari sudut pandang historis, *fair trade* muncul dari gagasan yang mengatakan bahwasannya aktivitas bisnis memiliki banyak dampak negatif terhadap masyarakat dengan status sosial dan taraf hidup rendah, seperti buruh, petani, hingga pedagang kecil.²⁷ Tidak banyak yang mengetahui bahwasannya gagasan ini bermula dari tulisan seorang intelektual Belanda bernama Edward Douwes Dekker yang menyoroti ketidakadilan yang terjadi antara Belanda dan Indonesia dalam perdagangan kopi pada masa kolonialisme. Douwes Dekker menuangkan kisah tersebut dalam sebuah buku berjudul *Max Havelaar*, di mana buku tersebut menceritakan tentang bagaimana Max Havelaar, sang tokoh utama, meninggalkan *Nederlandse Trade Company*, hanya untuk kemudian bersolidaritas dengan masyarakat setempat dalam sektor perdagangan.²⁸ Studi tentang *fair trade* kemudian lahir di kalangan pelajar radikal Eropa pada awal Tahun 1960-an. Gagasan tersebut kemudian berkembang, di mana kritik di kalangan masyarakat banyak ditujukan untuk perusahaan-perusahaan multinasional yang kapitalis pasca imperialisme.²⁹

Landasan intelektual tentang perdagangan yang tidak adil tersebut kontras dengan model ekonomi pasar bebas yang berkembang pesat di abad ke-20, ketika pemikiran Adam Smith tentang perdagangan bebas dan konsep “*survival of the*

²⁷ Andy Redfern dan Paul Snedker, *Creating Market Opportunities for Small Enterprises: Experiences of the Fair Trade Movement*, International Labour Office (ILO), Working Paper (No. 22; CH-1211), 2002.

²⁸ *Ibid* hal. 28.

²⁹ *Fairtrade International. (2021). The future is Fair. Annual Report 2020 - 2021. www.fairtrade.net/impact.*

fittest model” milik Darwin menjadi kajian yang hangat diperbincangkan di era kapitalisme modern. Para intelektual yang menentang pemikiran tersebut berpendapat bahwa perdagangan bebas dan konsep “*survival of the fittest model*” sangat tidak mencerminkan moralitas yang baik sama sekali.³⁰ Oleh karenanya, banyak yang kemudian mendukung ide *fair trade*, di mana harga jual yang memiliki keterkaitan erat dengan biaya produksi dan keseimbangan kekuatan bagi sebuah perusahaan, seharusnya dialihkan untuk memberikan akses yang adil di pasar. Dengan kata lain, konsep *fair trade* hadir untuk mengupayakan keseimbangan antara perusahaan-perusahaan besar yang menguasai pasar global, dengan dengan para pekerja di negara-negara dengan taraf ekonomi yang rendah.

Organisasi *Fair Trade* Dunia, atau yang disebut juga *World Fair Trade Organization* (WFTO), memberikan sebuah makna harfiah tentang *fair trade*, yakni sebuah sistem yang membentuk tata cara produksi serta perdagangan yang lebih mengutamakan masyarakat dan lingkungan dibandingkan keuntungan finansial.³¹ Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, bahwa aktivitas bisnis berskala global telah tumbuh secara pesat di beberapa dekade terakhir. Hal tersebut tentunya juga turut berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi di berbagai negara. Namun, nyatanya, keuntungan dari pertumbuhan ekonomi tersebut belum dapat terdistribusi secara adil. Hal tersebut tidak lain disebabkan oleh model perdagangan yang dilakukan dan dikembangkan oleh institusi perdagangan global beserta perusahaan

³⁰ Wahid Noor Jayn, *Fair Trade: Menuju Sebuah Sistem Perdagangan (Baru) Bagi Negara-Negara Di Dunia*. Jurnal Dinamika Global, 4(01), 210–227.

³¹ WFTO, *The International Fair Trade Charter* (Issue September). 2018 https://wfto.com/sites/default/files/2018_FTCharter_English_SCREEN.pdf.

multinasional belum dapat dikatakan mensejahterakan masyarakat yang berada pada status sosial dan ekonomi yang tergolong rendah. Sebaliknya, badan-badan tersebut justru menciptakan jurang ketidaksetaraan sosial dan ekonomi yang lebih curam.

Pasar global didominasi oleh entitas-entitas yang memiliki wewenang untuk membuat ketentuan-ketentuan perdagangan yang mengatur siapa yang dapat memasok bahan baku untuk perusahaan, menurunkan harga pasar secara ekstrim, bahkan hingga ke titik yang lebih rendah dari biaya produksi penuh. Hal tersebutlah yang menyebabkan produsen-produsen berskala kecil dan para buruh kesulitan untuk bersaing di pasar tersebut. Muaranya, komunitas-komunitas tersebut lah yang rawan mengalami eksploitasi oleh perusahaan-perusahaan besar. Melalui latar belakang tersebut, *fair trade* kemudian dikampanyekan di seluruh dunia, di mana prinsip-prinsip yang ada di dalamnya dapat dibidang berlawanan dengan kapitalisme global yang rawan eksploitasi terhadap rakyat kecil.

“Fair Trade is based on modes of production and trading that put people and the planet before financial profit”.³²

Adapun tujuan-tujuan yang diharapkan dari dilakukannya *fair trade* berdasarkan sebuah artikel yang diterbitkan melalui Organisasi Buruh Internasional (ILO), karya Andy Redfen dan Paul Snedker, meliputi: meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan para produsen kecil melalui peningkatan akses pasar, memperkuat komunitas produsen kecil, dan memberi harga yang pantas terhadap

³² World Fair Trade Organization, *Fair Trade Enterprises*. WFTO, diakses melalui <https://wfto.com/who-we-are> (20/03/2023, 15.12 WIB).

komoditas yang mereka jual, serta menjamin kontinuitas perdagangan; membuka kesempatan bagi produsen yang berasal dari kelompok marginal seperti kelompok wanita dan masyarakat lokal, serta melindungi anak-anak dari eksploitasi selama proses produksi; meningkatkan kesadaran konsumen terkait dengan dampak buruk produsen dalam aktivitas bisnis berskala global, sehingga nantinya para konsumen dapat mempergunakan daya beli mereka secara lebih positif; membentuk sebuah model kerja sama dalam perdagangan yang didasari dengan dialog, transparansi, dan rasa hormat; mengkampanyekan perubahan dalam tata cara dan praktik perdagangan internasional konvensional yang tidak adil; hingga yang terakhir, melindungi Hak Asasi Manusia yang sesuai dengan prinsip keadilan sosial, praktik-praktik ramah lingkungan, dan sekuritas ekonomi.³³

Melalui tujuan-tujuan dari *fair trade* yang telah dijabarkan di atas, praktik *fair trade* dapat diinterpretasikan dan diaplikasikan melalui berbagai macam cara oleh para aktor dalam bisnis internasional. Namun, secara praktis, konsep dari *fair trade* dapat diimplementasikan dalam bentuk pemberian bantuan oleh perusahaan multinasional seperti pinjaman, dukungan pengembangan produk, hingga pengembangan kapasitas bisnis; menyediakan transparansi perihal *cost incurred* dan nilai jual produk; memberikan manfaat sosial dan ekonomi bagi produsen atau penyedia bahan baku yang dituangkan dalam laporan atau testimoni, di mana hal tersebut akan membantu konsumen memvisualisasikan aspek keadilan dalam aktivitas perdagangan untuk tujuan-tujuan pembangunan; memberikan jaminan

³³ Andy Redfern dan Paul Snedker, *Creating Market Opportunities for Small Enterprises: Experiences of the Fair Trade Movement*, International Labour Office (ILO), Working Paper (No. 22; CH-1211), 2002.

yang terverifikasi pada konsumen bahwa produk yang mereka beli tidak melibatkan eksploitasi pada lingkungan dan manusia.³⁴

Konsep fair trade digunakan oleh penulis untuk menganalisis implementasi *fair trade* yang dilakukan oleh L'Occitane. Dalam konteks ini, agar dapat melakukan operasionalisasi konsep yang sesuai dengan fokus penelitian, yakni dalam aspek pemberdayaan lingkungan dan komunitas berkelanjutan, penulis mengadopsi model *fair trade* yang dikemukakan oleh David Ransom melalui bukunya yang berjudul "*The No-Nonsense Guide to Fair Trade*". Dalam buku tersebut, Ransom berargumen bahwa *fair trade* merupakan mekanisme yang hadir untuk mewujudkan penghargaan kepada prinsip-prinsip kemanusiaan dan ekologis, serta menciptakan keberlanjutan pada pembangunan terhadap masyarakat dan ekosistem.³⁵ Melalui argumen dasar tersebut, diperoleh komitmen-komitmen *fair trade* yang harus direalisasikan oleh badan-badan yang mengimplementasikan mekanisme *fair trade* dalam aktivitas bisnis mereka:

- 1) Komitmen terhadap HAM, yakni dengan tidak mempekerjakan tenaga kerja di bawah umur dan tenaga kerja paksa, menghapuskan praktik diskriminasi, serta mempromosikan kesetaraan gender.
- 2) Komitmen terhadap komunitas marjinal, yakni dengan menciptakan peluang-peluang usaha bagi produsen di negara-negara berkembang, serta peningkatan kapasitas pekerja.

³⁴ *Ibid* hal. 33.

³⁵ David Ransom. 2009, *The No-Nonsense Guide to Fair Trade*, Reprinted (Oxford: New Internationalist Publications).

- 3) Komitmen terhadap lingkungan, yakni dengan mengimplementasikan praktik-praktik ramah lingkungan dalam aktivitas bisnisnya, demi mewujudkan kelestarian lingkungan.³⁶

1.5.2 Pemberdayaan untuk Pembangunan Berkelanjutan

Berbicara tentang pembangunan berkelanjutan, konsep dari pembangunan berkelanjutan sendiri lahir untuk mendorong pemberlakuan upaya dan solusi dari permasalahan di sektor lingkungan, sosial, ekonomi, bahkan politik. Hal tersebut dipicu dari adanya ancaman kemanusiaan dan ekologis secara global. Adapun indikator dari pembangunan berkelanjutan menurut konsep yang dikemukakan oleh Naresh C. Singh dan Vangile Titi dari *International Institute for Sustainable Development* adalah: pelestarian potensi pembaharuan Sumber Daya Alam; pemeliharaan kapasitas lingkungan dalam pengolahan limbah dan emisi; peningkatan standar kehidupan manusia melalui hak-hak atas produksi, organisasi politik dan sosial, serta pemenuhan kebutuhan pokok; pembangunan ekonomi yang mengatasi permasalahan yang muncul akibat *underconsumption* dan *overconsumption*.³⁷ Dapat diinterpretasikan bahwa pembangunan berkelanjutan merupakan proses pemanfaatan sumber daya dengan inovasi-inovasi yang dapat memenuhi kebutuhan manusia dan lingkungan di masa kini hingga masa depan.

Tidak ada yang dapat menyangkal bahwa pemberdayaan merupakan komponen atau piranti yang utama dalam upaya-upaya pembangunan

³⁶ *Ibid* Hal. 34.

³⁷ Naresh Singh dan Vangile Titi, 2005, *Empowerment for Sustainable Development: Towards Operational Strategies*. Winnipeg: International Institute for Sustainable Development, hal. 1-12.

berkelanjutan. Tujuan utama dari dilakukannya pemberdayaan sendiri adalah untuk menghilangkan atau setidaknya mengurangi kerentanan yang ada dalam struktur pembangunan masyarakat, ekonomi, politik, hingga ekologi.³⁸ Proses pemberdayaan itu sendiri dapat dimaknai sebagai proses mewujudkan kemerdekaan kapasitas dari komponen-komponen yang telah disebutkan di atas. Oleh karena upaya pemberdayaan seringkali dipraktikkan pada macam-macam unit, yang meliputi individu, komunitas, hingga ekologi, para peneliti umumnya memisahkan pemberdayaan berdasarkan tingkatan-tingkatan. Terdapat tiga tingkatan yang sifatnya fundamental dalam upaya pemberdayaan, yakni tingkatan individu, masyarakat, hingga bumi (*earth*).³⁹

Konsep Pemberdayaan untuk Pembangunan Berkelanjutan merupakan alat analisis yang tepat untuk digunakan dalam penelitian ini lantaran penelitian ini mengangkat isu pemberdayaan komunitas dan lingkungan yang berkelanjutan. Berdasarkan pemaparan mengenai pembangunan berkelanjutan dan pemberdayaan, didapatkan sebuah titik temu di mana keduanya memiliki relevansi yang tinggi dengan aspek pemberdayaan komunitas dan lingkungan berkelanjutan. Disebutkan bahwa komunitas masyarakat dan lingkungan merupakan unit dari pemberdayaan, selaras dengan indikator pembangunan berkelanjutan yang menargetkan pengelolaan serta pengembangan di sektor ekologi dan sosio ekonomi.

³⁸ Keith R. Skene, *What is the Unit of Empowerment? An Ecological Perspective*. *British Journal of Social Work*, 52(1), 2022, 498–517.

³⁹ *Ibid.*

Oleh karenanya, konsep ini nantinya akan dapat digunakan sebagai pedoman dalam menganalisis upaya-upaya pemberdayaan lingkungan dan komunitas secara berkelanjutan yang dilakukan oleh L'Occitane Group sebagai perusahaan multinasional yang bergerak di industri kecantikan, melalui mekanisme *fair trade*. Dari konsep yang pertama, diperoleh kesimpulan bahwa pembangunan berkelanjutan yang menargetkan pengelolaan serta pengembangan di sektor ekologi, sesuai dengan praktik-praktik yang harus dilakukan demi memenuhi tanggung jawab tersebut dalam aspek perlindungan terhadap lingkungan. Sedangkan, pembangunan berkelanjutan yang menargetkan pengelolaan serta pengembangan di sektor sosioekonomi, relevan dengan praktik-praktik yang harus dilakukan dalam aspek peningkatan taraf hidup para produsen kecil dan perlindungan hak-hak pekerja.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Penelitian berjudul Implementasi Prinsip *Fair Trade* oleh L'Occitane Group dalam Upaya Pemberdayaan Lingkungan dan Komunitas Yang Berkelanjutan melalui Industri Kecantikan merupakan penelitian yang menerapkan metode penelitian deskriptif, di mana penelitian ini berusaha menyajikan sebuah gambaran akan suatu fenomena yang sudah terjadi di masa lalu, maupun yang sedang berlangsung saat ini. Penggambaran yang berusaha direalisasikan oleh penulis dilakukan dengan mengumpulkan fakta, memilih fakta, dan menggeneralisasikan

fakta. Jenis penelitian deskriptif penulis gunakan agar dapat menjawab pertanyaan “bagaimana”.⁴⁰

1.6.2 Metode Analisa Data

Metode analisis data yang diterapkan penulis dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, di mana teknik analisa yang diterapkan bertujuan untuk menganalisis data yang menunjukkan aspek kualitas dari suatu fenomena yang dijabarkan dalam bentuk kata-kata.⁴¹ Oleh karenanya, dalam melaksanakan penelitian ini, penulis berusaha mengumpulkan informasi-informasi yang memuat data kualitatif yang diperoleh dari hasil wawancara, laporan, artikel ilmiah, situs web resmi, hingga berita, sebagai pendukung konsep yang penulis gunakan dalam riset Implementasi Prinsip *Fair Trade* oleh *L'occitane Group* dalam Upaya Pemberdayaan Lingkungan dan Komunitas yang Berkelanjutan melalui Industri Kecantikan.

1.6.3 Teknik Pengumpulan Data

Data primer penulis peroleh melalui wawancara yang dilakukan secara daring melalui surat elektronik. Untuk metode pengambilan sampelnya, penulis menerapkan metode *accidental sampling*, di mana penulis memilih subjek sampel berdasarkan kebetulan, karena subjek pada kurun waktu dan kondisi tertentu, merupakan yang paling mungkin dijangkau. Hal ini dilakukan penulis karena alasan ketersediaan waktu dan sumber daya yang terbatas. Dalam proses pengambilan

⁴⁰ Endi Haryono dan Saptopo B. Ilkodar, 2005, *Menulis Skripsi: Panduan untuk Mahasiswa Ilmu Hubungan Internasional*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, hal. 1.

⁴¹ *Ibid.*

sampel, penulis telah berupaya untuk mengajukan pengambilan data melalui wawancara dengan L'Occitane en Provence Hong Kong, L'Occitane en Provence Indonesia, L'Occitane en Provence Perancis, L'Occitane en Provence Switzerland, L'Occitane en Provence Amerika Serikat, L'Occitane en Provence Singapura, dan L'Occitane en Provence Malaysia. L'Occitane en Provence Malaysia terpilih menjadi subjek sampling karena lembaga tersebut merupakan cabang L'Occitane Group yang memiliki ketersediaan waktu untuk melakukan wawancara.

Demi menjamin kredibilitas sumber data, penulis memastikan bahwa narasumber memiliki relevansi dengan pertanyaan penelitian. Diketahui, narasumber merupakan *Regional Sustainability Director* L'Occitane en Provence Malaysia, yang bertanggung jawab atas pengembangan, implementasi, dan pengawasan kebijakan dan program keberlanjutan di tingkat regional. Dalam upaya meminimalisir bias, penulis selaku pewawancara, merahasiakan judul dan tujuan penelitian saat proses wawancara. Untuk memberikan transparansi selama proses wawancara, penulis melampirkan transkrip asli percakapan penulis dengan narasumber, demi memastikan bahwa wawancara tersebut bebas dari unsur intervensi narasumber yang mewakili L'Occitane Group, dalam mempengaruhi hasil penelitian, untuk tujuan promosi atau kepentingan apapun yang menguntungkan perusahaan secara sepihak. Selain itu, penulis juga melakukan pengecekan silang terkait dengan data yang diperoleh saat wawancara dengan data yang ada dalam laporan milik L'Occitane Group, maupun laporan milik lembaga-lembaga yang terlibat dalam aktivitas perdagangan adil perusahaan tersebut.

Selain itu, penulis juga menggunakan studi pustaka untuk memperoleh data sekunder. Teknik tersebut diterapkan dalam penelitian ini guna mengumpulkan data yang diperlukan untuk mendukung riset ini. Penulis berupaya untuk mengumpulkan, membaca, mencatat, *cross check*, dan melakukan analisis terhadap data-data tersebut.⁴² Data-data tersebut berupa informasi-informasi yang berasal dari laporan milik L'Occitane Group, artikel ilmiah, skripsi, situs web resmi L'Occitane Group, ILO, UNDP, WFTO, *press release*, hingga berita, yang mana data-data tersebut berkaitan dengan isu yang diteliti oleh penulis, yakni mengenai *fair trade* dan pemberdayaan berkelanjutan.

1.6.4 Ruang Lingkup Penelitian

1.6.4.1 Batasan Materi

Dengan tujuan agar penelitian yang penulis kerjakan tidak meluas terlalu jauh dan keluar dari konteks pembahasan dan tujuan awal penelitian, peneliti memberikan batasan dengan berfokus terhadap manifestasi nilai *fair trade* yang mencerminkan pemberdayaan lingkungan dan komunitas berkelanjutan dalam aktivitas bisnis L'Occitane Group.

1.6.4.2 Batasan Waktu

L'Occitane Group merupakan sebuah perusahaan multinasional yang bergerak dalam industri kecantikan selama lebih 40 dekade. Perusahaan ini pertama kali didirikan pada Tahun 1976, dan baru melakukan ekspansi bisnis di pasar

⁴² *Ibid* hal. 35.

internasional Tahun 1996. Dari permulaan L'Occitane didirikan, perusahaan ini memiliki prinsip yang dipegang teguh mengenai penggunaan bahan-bahan alami terbarukan sebagai bahan dasar produknya. Namun, model *fair trade* baru secara resmi mereka terapkan pada Tahun 2010 hingga saat ini. Semenjak Tahun 2010, L'Occitane terus berinovasi untuk menyempurnakan internalisasi prinsip-prinsip *fair trade* yang diterapkannya. Perkembangan tersebut terekam di dalam *ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE REPORT* yang rutin diterbitkan setiap tahun oleh L'Occitane, hingga akhir Tahun 2022. Oleh karenanya penulis menentukan batasan waktu bagi penelitian ini dari Tahun 2010 hingga 2023.

1.7 Argumen Pokok

Berdasarkan kerangka konseptual yang diterapkan penulis pada penelitian ini, yakni konsep tentang *fair trade* dan konsep Pemberdayaan untuk Pembangunan Berkelanjutan, penulis mendapat gambaran yang bersifat sementara, bahwa prinsip-prinsip dasar dari kedua konsep tersebut memiliki keselarasan dan relevansi dengan upaya yang dilakukan L'Occitane untuk memberdayakan lingkungan dan masyarakat dengan mekanisme *fair trade* yang diterapkannya berdasarkan tiga komitmen, yakni: (a) Komitmen terhadap Hak Asasi Manusia yang direalisasikan melalui pemberdayaan karyawan dengan menghapuskan diskriminasi di lingkungan kerja dan *capacity building*; (b) Komitmen terhadap masyarakat marginal yang direalisasikan melalui pemberdayaan komunitas petani dan penyandang disabilitas; (c) Komitmen terhadap lingkungan yang direalisasikan melalui pelestarian dan regenerasi keanekaragaman hayati, mitigasi krisis iklim,

minimalisasi dampak lingkungan dari proses produksi, serta inovasi desain produk ramah lingkungan.

Penulis mengelompokkan program yang dicanangkan oleh L'Occitane Group menjadi dua kategori, yakni kategori pemberdayaan lingkungan yang terdiri dari: Pelestarian dan Regenerasi Keanekaragaman Hayati; Mitigasi Krisis Iklim; Minimalisasi Dampak Lingkungan dari Proses Produksi dan Distribusi; dan Inovasi Desain Produk Ramah Lingkungan. Program tersebut memiliki relevansi dengan prinsip *fair trade* di konsep pertama, tentang perlindungan Hak Asasi Manusia yang sesuai dengan praktik-praktik ramah lingkungan. Program di atas juga memiliki relevansi dengan konsep kedua, di mana dalam konsep Pemberdayaan untuk Pembangunan Berkelanjutan disebutkan bahwa lingkungan merupakan unit dari pemberdayaan, selaras dengan indikator pembangunan berkelanjutan yang menargetkan pengelolaan serta pengembangan di sektor ekologi.

Pengelompokan kedua, yakni kategori pemberdayaan komunitas berkelanjutan yang terdiri dari: Pemberdayaan Karyawan; Pemberdayaan Komunitas Petani; dan Pemberdayaan Komunitas Marjinal di Area Rural, memiliki relevansi dengan prinsip *fair trade* mengenai peningkatan taraf hidup dan kesejahteraan para produsen kecil melalui peningkatan akses pasar, memperkuat komunitas produsen kecil, dan memberi harga yang pantas terhadap komoditas yang mereka jual, serta menjamin kontinuitas perdagangan. Selanjutnya, untuk relevansi program tersebut dengan konsep kedua terletak pada pernyataan bahwa komunitas masyarakat (pada program tersebut mencakup karyawan, produsen berskala kecil, dan kelompok perempuan) merupakan bagian dari unit

pemberdayaan Hal tersebut selaras dengan indikator pembangunan berkelanjutan yang menargetkan pengelolaan serta pengembangan di sektor sosioekonomi.



1.8 Sistematika Penulisan

BAB I	Pendahuluan
	<ul style="list-style-type: none"> 1.1 Latar Belakang 1.2 Rumusan Masalah 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian <ul style="list-style-type: none"> 1.3.1 Tujuan Penelitian 1.3.2 Manfaat Penelitian 1.4 Penelitian Terdahulu 1.5 Kerangka Konseptual <ul style="list-style-type: none"> 1.5.1 Fair Trade 1.5.2 Pemberdayaan untuk Pembangunan Berkelanjutan 1.6 Metode Penelitian <ul style="list-style-type: none"> 1.6.1 Jenis Penelitian 1.6.2 Metode Analisa Data 1.6.3 Teknik Pengumpulan Data 1.6.4 Ruang Lingkup Penelitian <ul style="list-style-type: none"> 1.6.4.1 Batasan Materi 1.6.4.2 Batasan Waktu 1.7 Argumen Pokok 1.8 Sistematika Penulisan
BAB II	Komitmen Fair Trade L'Occitane Group
	<ul style="list-style-type: none"> 2.1 Profil L'occitane Group <ul style="list-style-type: none"> 2.1.1 L'Occitane En Provence 2.1.2 Melvita 2.1.3 Erborian 2.1.4 L'Occitane Au Bresil 2.1.5 Limelife by Alcone 2.1.6 Elemis 2.2 Komitmen Fair Trade L'occitane Group <ul style="list-style-type: none"> 2.2.1 Komitmen Untuk Alam 2.2.2 Komitmen Untuk Masyarakat
BAB III	<p style="text-align: center;">Fair Trade L'Occitane Group dalam Pemberdayaan Lingkungan Berkelanjutan</p> <ul style="list-style-type: none"> 3.1 Pelestarian dan Regenerasi Keanekaragaman Hayati

	<p>3.1.1 Penggunaan Bahan Baku Mentah Terbaharukan Secara Berkelanjutan</p> <p>3.1.2 Kampanye Program Perlindungan dan Pemulihan Keanekaragaman Hayati</p> <p>3.2 Mitigasi Krisis Iklim</p> <p>3.2.1 Pemberlakukan Transisi Energi</p> <p>3.3 Minimalisasi Dampak Lingkungan dari Aktivitas Produksi dan Distribusi</p> <p>3.3.1 Identifikasi Jejak dan Peta Karbon Perusahaan</p> <p>3.3.2 Pengurangan Polusi dan Limbah</p> <p>3.4 Inovasi Desain Produk Ramah Lingkungan</p> <p>3.4.1 Pengembangan Formula Ramah Lingkungan</p>
BAB IV	Fair Trade L'occitane Group Dalam Pemberdayaan Komunitas Berkelanjutan
	<p>4.1 Pemberdayaan Karyawan</p> <p>4.1.1 Promosi Kesejahteraan, Keragaman, dan Inklusivitas di Tempat Kerja</p> <p>4.1.2 Promosi Kesenjangan Gender</p> <p>4.1.3 Pengembangan Kapasitas bagi Pekerja</p> <p>4.2 Pemberdayaan Komunitas Petani</p> <p>4.2.1 Pemberdayaan Petani Lokal</p> <p>4.2.2 Pemberdayaan Petani Perempuan</p> <p>4.3 Pemberdayaan Komunitas Rural yang Rentan</p> <p>4.3.1 Program Filantropi untuk Mencegah Kebutaan</p>
	Penutup
BAB V	<p>5.1 Kesimpulan</p> <p>5.2 Saran</p>