

**LESSER STATES AND MULTINATIONAL COMPANIES: STUDI KASUS  
TERHADAP IMPLIKASI KEBERADAAN PERUSAHAAN H&M DI INDUSTRI  
FAST FASHION BANGLADESH**

**<sup>1</sup>Innesia Ma'sumah, <sup>2</sup>Indra Kusumawardhana**

<sup>1,2</sup> Prodi Hubungan Internasional, Fakultas Komunikasi dan Diplomasi, Universitas  
Pertamina Jakarta

Email : [indra.kusumawardhana@universitaspertamina.ac.id](mailto:indra.kusumawardhana@universitaspertamina.ac.id)

***Abstract***

*This article probes to understanding the dynamics of multinational companies (MNC) versus least developed countries (LDC). The multinational company that is the object of this study is H&M, which has a base in Sweden as a home country. Then, this study focuses on H&M with its phenomenon of fast fashion, penetrating into Bangladesh and making it a host country to run the clothing production process to meet global consumption. Bangladesh itself is a least developed country whose national economic growth, especially in the export sector, is highly dependent on the garment industry. Therefore, this study will try to answer the phenomenon of the role of H&M in Bangladesh with the research question what are the implications of the growing H&M industry for workers in Bangladesh in 2005-2011? This problem will be seen through the lens of international political economy (IPE) with a focus on the interaction of multinational companies and less developed countries.*

***Keywords: MNCs, LDCs, H&M, Bangladesh, Fast Fashion***

**A. PENDAHULUAN**

Dewasa ini perusahaan multinasional menjadi salah satu sumber modal dan teknologi yang sangat dibutuhkan untuk pembangunan ekonomi negara-negara yang cenderung kurang berkembang. Secara tidak langsung menyebabkan perusahaan multinasional memiliki akses ke faktor-faktor produksi di seluruh dunia dan dapat menggunakan keunggulannya tersebut untuk masuk ke negara kurang berkembang guna memperoleh tenaga kerja dengan biaya rendah atau sumber daya lokal lainnya. Akibatnya, perusahaan multinasional dapat mengeksploitasi keunggulan komparatif yang dimiliki oleh negara lain, dan karena fleksibilitasnya mereka memiliki keuntungan yang lebih besar apabila dibandingkan dengan perusahaan domestik.

Ini yang terjadi di Cina. Dengan meledaknya jumlah penduduk, angka ketenagakerjaan menjadi perhatian utama di Cina. Salah satu solusi cepatnya ialah menarik investasi asing melalui sektor manufaktur *in exchange of* pemanfaatan

angka demografi yang tinggi. Selain Cina, salah satu negara yang kerap dijadikan sasaran karena upah buruh murah adalah Bangladesh. Negara ini merupakan ekportir kedua terbesar di dunia setelah Cina dalam produksi garmen, khususnya *Ready Made Garment* (RMG) atau pakaian jadi. Selama tiga dekade belakangan, industri garmen semakin menjamur di Bangladesh hingga meningkat sampai 10x lipat. Hampir 81% ekspor Bangladesh bergantung pada industri garmen dari sektor RMG dan memberikan kontribusi sebesar 20% terhadap PDB Bangladesh (Islam, 2017).

Setidaknya sekitar 20 juta penduduknya terlibat langsung dalam industri ini, yang mana mayoritasnya bekerja sebagai buruh pembuat pakaian jadi. Tidak heran apabila industri garmen menjadi pendorong utama dalam perekonomian domestik dan termasuk pemasukan utama Bangladesh. Di antara negara-negara lain yang bergerak dalam produksi industri garmen, Bangladesh memiliki *bargaining position* yang cukup menjanjikan. Selain dari industri garmen yang sedang melambung di Bangladesh yang mana menyebabkan peluangnya juga semakin besar, negara ini menyediakan tenaga kerja dengan upah minimum yang cenderung rendah jika dibandingkan negara berkembang lainnya, bahkan menjadi salah satu yang paling rendah di dunia. Alasan ini membuat H&M menjadi tertarik untuk memindahkan proses produksinya ke Bangladesh karena buruh yang tersedia tidak perlu dibayar dengan biaya mahal yang mana akan sangat menekan biaya produksi.

Tenaga kerja murah ini juga yang menjadi nilai jual dan membuat Bangladesh tetap mampu bertahan menghadapi persaingan ketika berakhirnya *Multi Fiber Agreement* (MFA) di tahun 2005. Di Bangladesh sendiri, salah satu yang menjadi pemasok bear ialah H&M, yang merupakan perusahaan multinasional milik Swedia. H&M pertama kali masuk ke Bangladesh sekitar tiga dekade lalu, tepatnya di tahun 1982. Melihat potret fenomena ini, penelitian ini ingin menganalisis apa implikasi semakin besarnya kehadiran H&M di Bangladesh terhadap kesejahteraan buruh di sana sejak tahun 2005 sampai tahun 2012 dikarenakan berakhirnya MFA membawa industri garmen ke era baru dimana Bangladesh akhirnya menghadapi persaingan bebas dalam permainan industri garmen global atau pasar internasional.

## **B. METODE PENELITIAN**

Aktor-aktor di dalam hubungan internasional pasca Perang Dingin semakin mendapatkan panggung untuk menantang dominasi negara di dalam sistem internasional. Salah satu aktor yang paling mendapatkan momentum untuk mengembangkan perannya adalah perusahaan Multinasional (*Multi-National Corporations*) (Kusumawardhana, 2016). Di tengah intensifikasi dan ekstensifikasi proses globalisasi dunia, terutama dalam konteks globalisasi ekonomi, perusahaan-perusahaan besar semakin menguat eksistensinya bahkan dapat menantang negara ataupun mencengkram negara berkembang (Kusumawardhana, 2017; Kusumawardhana, 2018).

Isu yang diangkat di dalam tulisan ini menangkap cara pandang tersebut sebagai landasan dalam melihat fenomena yang terjadi di Bangladesh. H&M atau Hennes & Mauritz merupakan satu dari sekian banyak perusahaan multinasional dalam industri garmen yang menjadi pengecer (ritel) pakaian terbesar dan tercepat di dunia. Perusahaan yang dibentuk sejak tahun 1947 ini merupakan sektor bisnis yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi Swedia, negara induknya. Dalam menjalankan proses produksinya alih-alih memiliki pabrik sendiri, H&M bergantung pada jaringan pemasok eksternal. Kantor produksi atau pabrik yang memiliki afiliasi dengan H&M tersebar di seluruh dunia dengan jumlah produksi yang signifikan.

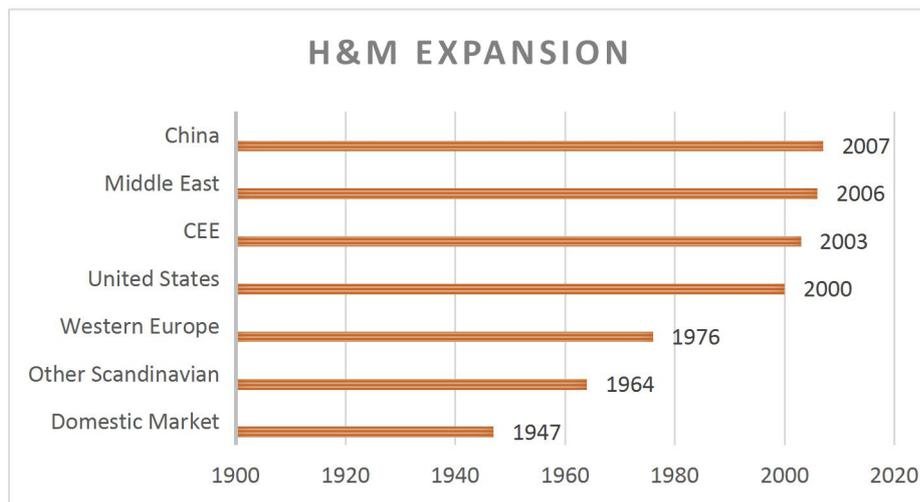
## **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **C.1. H&M Versus Bangladesh**

Pada implementasinya, proses produksi H&M di pemasok-pemasoknya harus melalui prosedur yang cukup panjang, yaitu di antaranya: (1) pihak internal menentukan desain, jumlah, bahan, dan detail lainnya yang akan diajukan ke kantor produksi; (2) kantor produksi memutuskan pemasok mana yang memiliki fasilitas untuk menghasilkan barang yang diinginkan dan mengirimkan spesifikasinya; (3) pemasok memiliki waktu 24 jam untuk menyiapkan sampel dan mengirimkannya ke H&M, biasanya setelah persetujuan sampel, pemasok menghasilkan sekitar 20 sampel promosi dan menunggu konfirmasi ulang pesannya; (4) kantor produksi mengirimkan daftar pemasok dengan sampel ke

pihak internal di Sweden yang memutuskan pemasok mana yang akan menerima pesanan dengan mempertimbangkan harga, kualitas, waktu pengiriman, dan lokasi (ICFAI, 2008, p. 6). Biasanya, barang yang masuk kategori fesyen-sensitif yang harus dikirim dengan cepat akan diproduksi oleh pemasok Eropa. Sedangkan untuk barang-barang dasar cenderung dipesan enam bulan sebelumnya dan diproduksi di pemasok yang lokasinya lebih jauh, seperti di sekitar Asia.

Pada level global, Langkah awal ekspansi internasional H&M dimulai sejak tahun 1964, yang ditandai dengan masuknya H&M ke pasar Skandinavia, tepatnya Norwegia dan Denmark. Hingga tahun 2007, H&M sudah membuka lebih dari 1500 gerai di 28 negara yang membuat perusahaan ini menjadi salah satu pengecer mode terkemuka di dunia dan di kelasnya. Tahun 2006 menjadi batu loncatan dalam perjalanan ekspansi H&M. Hal ini ditandai dengan keputusan perusahaan dalam membuat pengecualian dari strategi ekspansi yang selama ini dijalankan untuk mendapatkan dan menjalin kemitraan dengan pengecer terbesar di kawasan Timur Tengah yaitu Alshaya. Keputusan ini disebabkan atas pertimbangan bahwa tidak mungkin untuk mengoperasikan anak perusahaan yang sepenuhnya dimiliki di Timur Tengah.



Grafik 1: Ekspansi Internasional H&M (Li & Frydrychowska, 2008)

Salah satu negara kurang berkembang yang menjadi sasaran ekspansi H&M adalah Bangladesh. Posisinya yang strategis membuat Bangladesh dapat dikatakan sebagai jembatan antara pasar negara berkembang di kawasan Asia Selatan dengan pertumbuhan tercapat, yakni Asia tenggara atau negara-negara ASEAN. Posisi strategisnya melahirkan sebuah konsep bernama “*Bay of Bengal*

*Growth Triangle*” yang mengacu pada puncak pelabuhan Chittagong dan meluas ke arah barat dayanya yaitu Calcutta, Madras, dan Colombo, serta bagian tenggaranya melalui Yangon, ke Thailand hingga Penang, dengan lengan ketiga ke Colombo. Konsep ini menunjukkan bahawa wilayah ini sangat menarik perhatian bagi dunia internasional dalam hal berinvestasi. Bangladesh sendiri memiliki potensi untuk menjadi pintu masuk ke wilayah yang mencakup Bangladesh, Nepal, Bhutan, sebagian dari India, dan Myanmar Utara yang dapat menjadi pintu masuk ke negara-negara ASEAN. Dengan keunggulan strategis wilayahnya, Bangladesh berpotensi untuk menjadi pusat regional, dimana segala kegiatan perekonomian yang berkaitan dengan perakitan, manufaktur, perdagangan, dan jasa akan menjadi bidang yang terus meningkat selama bertahun-tahun dan akan bertumbuh ke depan.

Di Bangladesh, tekstil merupakan sub-sektor manufaktur terbesar dari sektor industri dan terbesar kedua dalam hal penyerapan tenaga kerja setelah sektor pertanian. Tekstil yang dimaksud di sini juga termasuk *readymade garments* (RMG) atau pakaian jadi yang telah mempromosikan Bangladesh melalui motto “Made in Bangladesh” (Islam et al, 2016). Tidak heran jika sektor ini menarik investasi tertinggi, dengan angka sekitar 3.5 miliar euro, selama tiga dekade sejak tahun 1980-an (BTMA Annual Report, 2009). Sebagai industri yang terbilang primer dalam pemasukan Bangladesh, tekstil dan RMG telah berhasil berkembang meskipun dengan adanya persaingan ketat antara negara-negara yang berada di bidang yang sama, yaitu penghasil atau pengeksport tekstil dan garmen.

Tabel 1. Periode akan Isu Penting terkait Pertumbuhan RMG Bangladesh

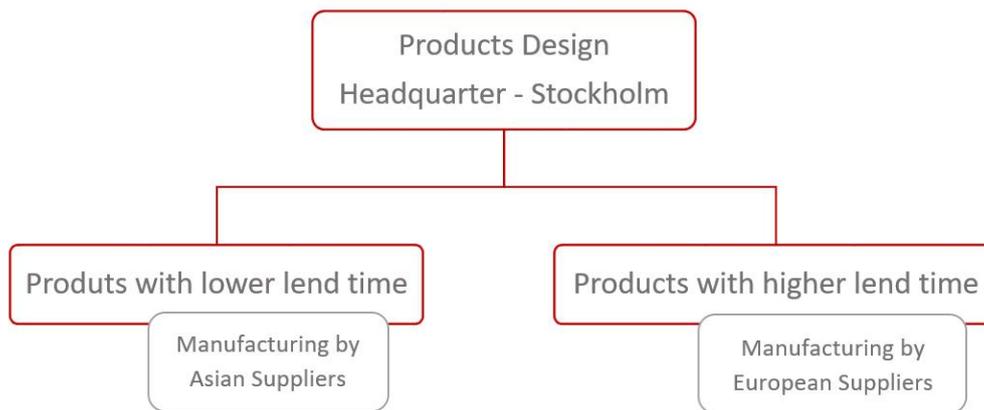
Periode	Isu Penting
1977-1980	Early growth
1982-1985	Booming days
1985	Imposition of quota restrictions
1992	Rapid development of knitwear sub-sector
1993-1995	Child labor issue and its solution
2003	Withdrawal of Canadian quota restriction
2005	Phasing out of export quota system under MFA
2005-2010	Complying with social compliances and labor standards

Sumber: Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association (BGMEA), and the Export Promotion Bureau (EPB)

Dari tabel (2.1) di atas dapat dilihat nyatanya fokus dari perkembangan industri tekstil dan RMG Bangladesh kerap berganti pada tahun-tahun tertentu. Hal ini mengindikasikan bahwa dalam mencapai kepentingannya yaitu pengeksport utama dalam sektor tekstil dan RMG, Bangladesh mampu beradaptasi dengan isu yang menjadi perhatian internasional pada saat itu. Menurut *Report on Bangladesh Textile and Garment Industry* yang dikeluarkan oleh International Development System (2009), dua faktor non-pasar yang telah memainkan peran penting dalam memastikan keberhasilan keberlanjutan sektor garmen di Bangladesh ialah: a). Kuota di bawah *Multi-Fiber Agreement* untuk pasar Amerika Utara; dan b). Akses pasar preferensial ke pasar Eropa.

## C.2. Penetrasi H&M dalam Membangun Industri Garmen dengan Sistem *Fast Fashion* di Bangladesh

Seperti yang diketahui bahwa perusahaan multinasional memiliki tendensi untuk mendistribusikan proses produksi atau manufakturnya ke berbagai negara di dunia, namun tetap memusatkan segala keputusan strategis di kantor pusatnya. Dalam kasus ini, yang termasuk keputusan strategis yang dikelola oleh H&M ialah menjalankan proses desainnya di *headquarter*. Proses desain meliputi segala hal yang melibatkan *input* dan proyeksi yang berfokus pada kualitas, tren mode terbaru, hingga pada penentuan harga atas produk sebelum masuk ke dalam tahap manufaktur. Pada lingkup domestik, H&M di Swedia dapat dikatakan berada di liga tersendiri dalam pasar mode di Swedia. Kemudian jika ditelaah lebih jauh, dengan menjaga keputusan strategis tetap diambil di *headquarter*, secara tidak langsung mengindikasikan bahwa segala bentuk kontrol tetap berada di tangan orang-orang yang menduduki kursi *top management* atau manajemen atas. Terlepas dari fakta bahwa H&M telah semakin mengglobal dan dapat ditemukan hampir di setiap sudut di dunia.



Gambar 2. Manajemen Rantai Pasokan Terintegrasi Ganda (Munoz & Gonzalez, 2013)

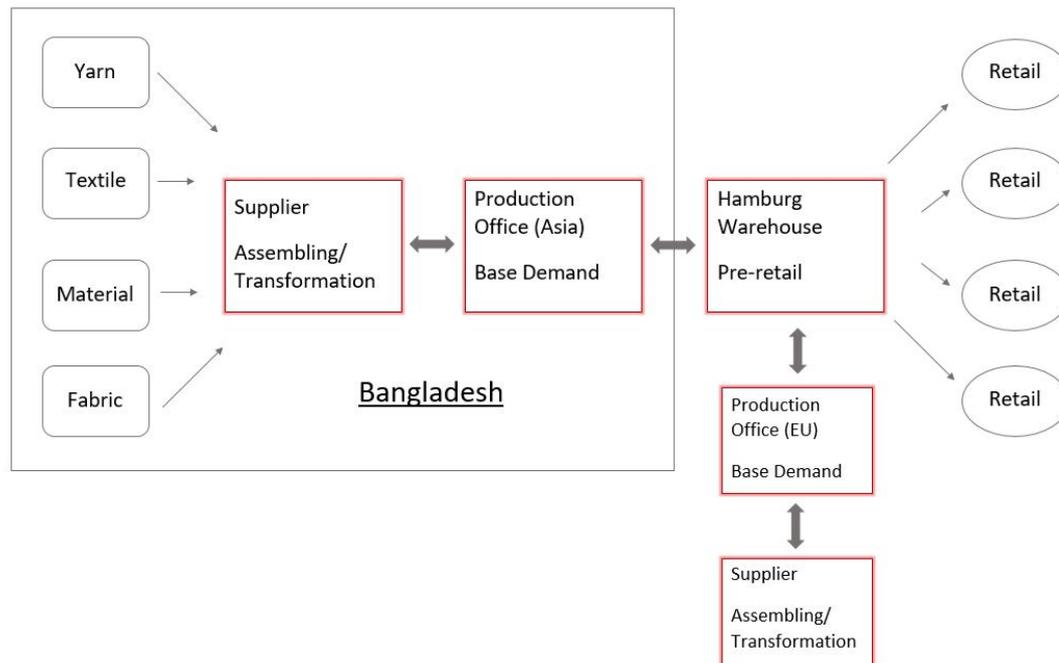
Tidak seperti merek tekstil serupa lainnya yang memfokuskan sumber produksi lebih dekat dengan negara asal dengan alasan meningkatkan efisiensi. Seperti Zara yang memiliki basis di Spanyol dan mengambil sumber dari Spanyol, Portugal, Turki, dan Maroko. Ekspansinya pada level regional, H&M memilih untuk membaginya menjadi dua berdasarkan *lead time* – yang juga terbagi atas kepentingan masing-masing kawasan – yaitu *products with lower lead time* atau produk dengan *lead time* yang lebih rendah dan diamanatkan kepada pemasok-pemasok di negara-negara Asia. Produksi dengan pengerjaan waktu yang lebih rendah, perusahaan dapat memfokuskan manufakturnya untuk memaksimalkan keuntungan dan menekan biaya produksi. Sedangkan pemasok di sekitar Eropa menggunakan sistem *products with higher lead time* atau produk dengan *lead time* yang lebih tinggi. Dengan kata lain, produk yang lebih berkelas, trendi, dan dibutuhkan pembuatan yang cepat untuk memenuhi permintaan, akan diproduksi di pabrik-pabrik di sekitar Eropa.

Sejatinya, proses-proses di atas dapat dikatakan merupakan bagian dari strategi H&M untuk semakin menginternasionalisasi bisnisnya agar semakin mengglobal. Tidak heran jika kemudian Gilpin (2001) mengatakan bahwa perusahaan multinasional telah menjadi determinan yang cukup penting dalam pengaturan arus perdagangan, lokasi industri, dan beberapa kegiatan ekonomi lainnya. Terbukti dengan arus perdagangan H&M yang menjamah pasar-pasar di berbagai belahan negara. Begitupun juga dengan lokasi industri H&M yang secara tidak langsung juga mengubah lanskap orientasi preferensi negara-negara di dunia.

Kehadiran H&M dengan strategi manufakturnya melampaui batas negara tempatnya beroperasi, sedikit banyak membuka kans untuk negara-negara agar dapat mengembangkan perekonomiannya dengan menjadi negara produsen yang berorientasi ekspor. Melalui mekanisme tersebut, adanya perusahaan multinasional akan memberikan dampak dalam menentukan keadaan domestik, seperti kesejahteraan ekonomi dan sosial di tempat ia menginjakkan kakinya (Gilpin, 2001, p). Segala aliran modal, baik dalam bentuk teknologi maupun uang akan berpengaruh besar bagi perkembangan negara yang ditanamkan investasi atau kerja sama saling membutuhkan antara perusahaan multinasional dengan negara yang bersangkutan.

Di antara negara-negara Asia, H&M banyak menanamkan investasinya di Bangladesh. Seperti yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, kondisi Bangladesh sebagai negara kurang berkembang dan negara produsen garmen menempatkannya pada posisi yang dapat dikatakan menguntungkan. Sebab, Bangladesh dapat bergabung di sebuah perjanjian bernama Multi-Fibre Agreement atau MFA yang melindungi Bangladesh dari persaingan asing dan diberikannya kuota ekspor yang lebih besar jika dibandingkan dengan negara-negara produsen lainnya. Hingga kemudian di tahun 1994, komunitas internasional memutuskan untuk menghapus MFA secara perlahan (Mottaleb & Sonobe, 2011, p 70). Hal ini akan memungkinkan adanya rasa kompetitif antar negara-negara produsen.

Dengan kata lain, internasionalisasi perusahaan-perusahaan mode dan ekspansi yang cepat dalam sektor manufaktur telah mengakibatkan adanya kolaborasi dengan pemasok-pemasok di sekitar Asia Timur yang dihadapkan dengan kuota impor yang diberlakukan oleh negara-negara maju pada ekspor mereka. Alternatif yang dilakukan ialah pemasok akan memindahkan sebagian dari operasi mereka ke Bangladesh karena tidak adanya kebijakan kuota yang dijatuhkan ke Bangladesh (Khan & Hossein, 1989, p. 95). Sektor manufaktur garmen sendiri telah menjadi pusat industrialisasi dan strategi ekspor Bangladesh sejak lama.

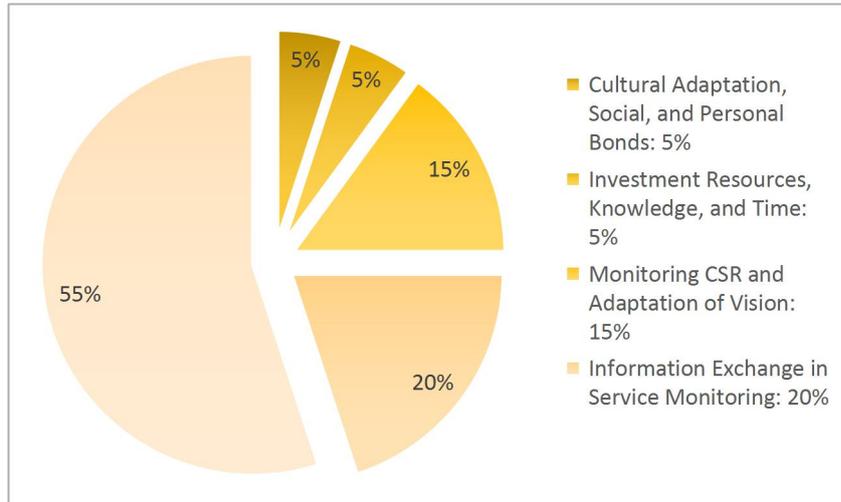


Gambar 3. Model *Outsourcing* H&M (Munoz & Gonzalez, 2013)

Skema di atas (Gambar 3.2) merupakan kunci yang menjadi dasar penetrasi H&M di Bangladesh. Mengingat H&M tidak memiliki pabrik secara langsung untuk menjalankan proses produksinya, melalui model bisnis *outsourcing* Bangladesh hadir sebagai pemasok yang menyediakan jasa memproduksi pakaian. H&M sendiri dapat dikatakan sebagai pengecer pakaian dalam sistem *fast fashion*. Meskipun tidak memiliki pabrik, presensi H&M di Bangladesh ditandai oleh adanya *production office* atau kantor produksi yang menjadi perwakilan dari kantor pusat yang berada di Stockholm. Menurut Hasan dan Alim (2010) terdapat dua fungsi dari kantor produksi ini, yaitu mengkoordinasikan kontak antara departemen pembelian di kantor pusat dengan pemasok di kantor produksi. Fungsi ini memastikan bahwa kantor produksi menerima pesanan yang benar dari kantor pusat dan ditempatkan pada pemasok yang tepat agar dapat mencapai tujuan hemat biaya dengan kualitas yang baik. Fungsi kedua ialah mencari pemasok baru dan menegosiasikan kontrak dengan yang bersangkutan. Dengan kata lain kantor produksi H&M di Bangladesh yang berada di ibukotanya – yakni Dhaka – merupakan representasi *home country* di *host country*.

Meskipun volume ekspor ke Swedia dari Bangladesh relatif rendah dan tidak terlalu besar apabila dibandingkan dengan ekspor Amerika Serikat atau negara Uni Eropa lainnya, tetapi dalam volume pembelian, H&M merupakan

pembeli terbesar kedua di Bangladesh sebagai pembeli tunggal (Hasan & Alim, 2010, p. 65-66). Bahkan selama periode krisis paska berakhirnya MFA, H&M tetap bergantung pada Bangladesh. Hal ini tercermin dari besar jumlah pemasoknya. Saat ini H&M memiliki 229 pemasok pabrik manufaktur di Bangladesh.



Gambar 4. Area Interaksi antara H&M dan Pemasok Bangladesh (Hasan & Alim, 2010)

Menurut Hasan dan Alim (2010) dalam tulisannya yang berjudul *Factors Affecting Supply Chain Management Efficiency in Cross Border Outsourcing: A Case Study of H&M and its Outsourcing Operations in Bangladesh*, grafik di atas (Grafik 3.3) adalah gambaran dalamnya interaksi antara H&M dan pemasoknya yang berada di Bangladesh. Mayoritas dari interaksi tersebut berada dalam koridor *product and service exchange* sebesar 55% dari total keseluruhan. Istilah ini merujuk pada beberapa kegiatan seperti pembuatan produk, penerimaan pesanan, pemberian sampel, negosiasi, kerja sama pengiriman selama tahap produksi dan hal-hal lainnya. Berikutnya, interaksi kedua terbesar ialah *information exchange in service monitoring* dengan angka 20% yang meliputi pertukaran komunikasi dan informasi antara dua pihak ketika H&M melakukan inspeksi. Biasanya pemasok bertanggung jawab untuk produksi pakaian dan ada kala di mana H&M akan memberikan bantuan spesialis mengenai pemilihan tekstil, pewarnaan, pemotongan, dan lainnya yang bersifat teknis.

Kemudian Hasan dan Alim juga menyatakan bahwa pada jumlah 15% ada kegiatan *monitoring corporate social responsibilities (CSR) and adaptation of*

*vision* yang mana manajer CSR dan tim kode etik H&M di *host country* atau tepatnya di kantor produksi yang ada di Dhaka akan memeriksa dan menginspeksi pabrik-pabrik pemasok secara berkala. H&M juga menjalankan program pelatihan bagi anak-anak muda untuk persiapan perbekalan bekerja di industri garmen nantinya. Interaksi di dua bidang lain, yaitu *investment in resources, knowledge, and time* dan *cultural adaptation, social, and personal bonds* masing-masing diberi nilai 5%. Dengan ini dapat diketahui bahwa di antara koridor lainnya, *product and service exchange* merupakan bidang interaksi yang paling signifikan antara H&M dan pemasoknya yang ada di Bangladesh.

Terlihat bahwa eksistensi H&M memberikan hubungan komplementer untuk Bangladesh, di mana kedua partisipan mendapat keuntungan dengan porsinya masing-masing. Melalui strateginya, pertumbuhan ekonomi Bangladesh mengalami peningkatan yang cukup pesat dengan sektor manufakturnya. Apabila dilihat dari trajektorinya, menurut Shahpar Selim (2008) secara tidak langsung fenomena juga merupakan dampak yang dapat dilihat dari tiga faktor. Pertama, lingkungan perdagangan pada dimensi eksternal yang memberikan keuntungan kepada Bangladesh melalui sistem kuota internasional. Kedua, biaya tenaga kerja di Bangladesh yang cenderung rendah yang menyebabkan murahnya harga garmen yang dihasilkan. Terakhir, reformasi kebijakan dalam negeri yang berupa liberalisasi perdagangan yang membantu mendukung dan memfasilitasi pertumbuhan sektor manufaktur garmen di Bangladesh.

Kemudian, karakteristik lain yang menjadi ciri khas dari kehadiran sebuah perusahaan multinasional di negara kurang berkembang yang menjadi *host country* ialah adanya FDI atau investasi asing langsung. Di Bangladesh, FDI merupakan salah satu komponen paling penting dalam pertumbuhan ekonomi domestiknya. Negara kurang berkembang pada umumnya cenderung memiliki tingkat *domestic savings* yang rendah. Jika ditilik lebih jauh, menurut Gunnar Myrdal (1957) problema yang dialami negara kurang berkembang membentuk – atau terperangkap – pada sebuah siklus kemiskinan. Terminologi yang Myrdal gunakan ialah “*circular and cumulative causation*”. Myrdal menyatakan bahwa tidak bisa dinegasikan bahwa negara kurang berkembang merupakan negara yang miskin. Ini berdampak pada rendahnya tingkat tabungan nasional. Dikarenakan

tingkat tabungan nasional yang rendah, akibatnya adalah tingkat FDI yang juga rendah. Sebab itu, tidak heran jika industri di negara kurang berkembang menjadi tidak efisien dan tidak kompetitif untuk ikut bersaing di pasar dalam skala global. Dengan ini, mereka akan terus miskin dan siklus akan tetap berputar hingga negara-negara yang tergolong kurang berkembang dapat menemukan resepnya sendiri untuk keluar dari lingkaran tersebut.

Dalam hal ini, resep yang digunakan Bangladesh untuk meningkatkan taraf pertumbuhan ekonominya ialah melalui FDI. Dapat diketahui bahwa karena tidak memiliki tabungan domestik yang cukup untuk investasi, Bangladesh membuka pintu negaranya lebar-lebar bagi investor yang ingin menanamkan FDI di negaranya. Ini yang kemudian menjawab kecurigaan dan alasan yang mendasari Bangladesh menerima kehadiran perusahaan multinasional (H&M). Sebagian besar industri manufaktur tekstil di Bangladesh merupakan bagian dari perusahaan multinasional yang berdiri dalam bentuk FDI. Berdasarkan kebijakan nasionalnya, perusahaan multinasional akan diizinkan menanamkan investasi di sektor garmen Bangladesh hanya jika perusahaan tersebut dapat menemukan pabrik di *export processing zones* (EPZ) atau zona pemrosesan ekspor, serta tidak bersaing dengan perusahaan domestik yang memasok ke perusahaan pengekspor yang memiliki akses kuota (Hossain, 2015, p. 27).

Dapat diketahui bahwa eksistensi H&M di Bangladesh sebagai *host country* meskipun banyak menuai kritik dengan menyatakan bahwa perusahaan multinasional hanya memanfaatkan negara kurang berkembang melalui eksploitasi, tidak sedikit juga yang menyertakan dukungannya dan berpendapat bahwa sebagai koin yang memiliki dua sisi, H&M juga memberikan manfaat untuk negara yang di-“eksploitasi”-nya. Manfaat yang dimaksud di sini ialah FDI yang masuk ke Bangladesh. Seperti yang telah dijelaskan di atas, melalui interaksi keduanya – H&M dan Bangladesh – merupakan interaksi komplementer. H&M melihat Bangladesh sebagai *host country* yang strategis untuk melaksanakan proses produksi manufaktur garmen H&M karena murahness pasar tenaga kerja yang memiliki keterampilan kerja rendah di sana sehingga berdampak pada penekanan biaya produksi. Di lain sisi, mengingat saat ini H&M merupakan pemasok pakaian terbesar di dunia, Bangladesh melihat H&M sebagai peluang

untuk meningkatkan ekspor garmennya melalui FDI dan perkembangan teknologi untuk semakin menarik pemasok-pemasok internasional. Keduanya adalah *booster* untuk pertumbuhan ekonomi domestik sekaligus cara agar Bangladesh tetap eksis dalam percaturan ekonomi internasional dengan statusnya sebagai negara manufaktur.

### **C.3. Fenomena *Fast Fashion* dalam Konstelasi Interaksi H&M versus Bangladesh**

Dalam skala yang lebih luas, interaksi antara pemasok garmen dalam industri fesyen seperti H&M dengan Bangladesh dikenal dengan sebuah fenomena bernama *fast fashion*. Seperti halnya *fast food* atau makanan cepat saji, terminologi ini digunakan untuk menggambarkan strategi bisnis yang bertujuan untuk mengurangi proses yang terlibat dalam siklus pembelian dan memotong *lead time* untuk dapat memasukkan produk fesyen baru ke toko dengan cepat dan memenuhi permintaan konsumen (Barnes & Lea-Greenwood, 2006, p. 259). Dari penjelasan tersebut, terlihat bahwa fenomena *fast fashion* memiliki sifat *consumer-oriented* atau berorientasi konsumen. Hal ini dikarenakan produk-produk cenderung memiliki kualitas yang baik namun dengan harga yang sangat terjangkau jika dibandingkan dengan brand mode lainnya di kelas yang berbeda.

Perubahan dinamika dalam industri fesyen, secara tidak langsung telah “memaksa” pemasok untuk menginginkan biaya rendah dan fleksibilitas dalam desain mode, kualitas, dan kecepatan ke pasar. Maka dari itu, ada tuntutan untuk mencari strategi utama demi mempertahankan posisi menguntungkan di pasar global. Kemunculan *fast fashion* menjadi begitu luas hingga dapat dikatakan menjadi norma dalam industri mode seperti halnya *ready-made garment* atau RMG. Perubahan demografis dan kondisi sosial-ekonomi telah menyebabkan diferensiasi mode yang lebih besar dan adanya pergantian perilaku konsumen. H&M sendiri merupakan salah satu brand yang menerapkan sistem *fast fashion*. Dalam implementasinya, *fast fashion* bekerja dengan cara mendorong para desainer untuk memperhatikan mode yang sedang menjadi trend di kalangan masyarakat. Setelah itu, mengirimkan desain kepada pabriknya – umumnya berada di negara yang berbeda – untuk dibuat dan memenuhi toko-toko H&M yang tersebar di setiap sudut dunia. Hal yang mengejutkan adalah, sesuai dengan namanya,

melalui sistem *fast fashion*, semua proses yang terlibat hanya memakan waktu kurang dari seminggu. Wajar jika pakaian yang diproduksi harus dalam jumlah besar mengingat keuntungan tidak akan didapatkan apabila jumlah produksinya hanya sedikit.

Untuk mengendalikan harga yang murah bagi konsumen di seluruh dunia, pemasok pakaian yang umumnya merupakan perusahaan multinasional akan berusaha untuk menjaga biaya produksinya agar tetap rendah. Langkah yang dilakukan adalah dengan mencari negara yang dapat dijadikan tempat untuk menjalankan proses produksi. Seperti yang dinyatakan di:

*“Costs are largely reduced by taking advantage of lower prices in markets in developing countries. “In 2004 developing countries accounted for nearly 75 percent of all clothing exports and the removal of several import quotas has allowed companies to take advantage of the even lower cost of resources (The Fashion Law, 2016).”*

Terlihat bahwa di sini peran negara kurang berkembang ialah sebagai penyumbang ekspor pakaian hingga lebih dari setengahnya untuk memenuhi kebutuhan konsumen di seluruh dunia. Kemudian dengan penghapusan kuota impor memungkinkan perusahaan multinasional untuk mengambil keuntungan yang lebih besar dari biaya sumber daya yang lebih rendah. Dalam hal ini, tenaga kerja di Bangladesh merupakan tenaga kerja dengan upah terendah di antara negara eksportir pakaian lainnya. Sebut saja Cina, meskipun juga banyak perusahaan multinasional dalam industri fesyen yang menjadikan Cina sebagai tempat produksinya. Namun jika kedua negara tersebut dibandingkan, upah tenaga kerja di Bangladesh jauh lebih murah. Angka pastinya adalah Bangladesh dengan \$43/bulan dan Cina dengan \$117-\$147/bulan (The Fashion Law, 2016).

Secara kasat mata, sistem *fast fashion* membuka peluang kerja, pertumbuhan ekonomi, hingga peningkatan pendapatan. Munculnya *fast fashion* dalam percaturan ekonomi politik internasional tidak melalui perjalanan panjang yang bersih tanpa meninggalkan jejak. Ada sisi lain yang terkena efek dari hubungan sebab-akibat yang seakan membentuk sebuah pola dalam sistem ekonomi politik internasional. Meski tidak secara langsung, dapat dilihat bahwa

sistem *fast fashion* di Bangladesh oleh H&M merupakan buah hasil dari interaksi perusahaan multinasional dan negara tuan rumah. Menurut Hymer (1972) setidaknya terdapat dua akibat fundamental dari kapitalisme monopoli perusahaan multinasional, yaitu:

### **C.3.1. Menguatnya Raksasa H&M di Bangladesh**

Seperti yang telah dijabarkan sebelumnya bahwa argumen utama dari ekspansi perusahaan multinasional ini adalah bagaimana kapital menjadi roda penggerak paling fundamental dalam mendorong perusahaan-perusahaan multinasional mencapai tujuannya. Hymer mengatakan bahwa lahirnya pembagian kerja internasional, yang berarti terbaginya kelompok antara pemegang modal dan tenaga kerja yang memiliki ketergantungan dan dieksploitasi oleh si pemegang modal. Dari sistem *fast fashion* ini, modal dan komoditas seperti pakaian adalah sumber kehidupan yang mengalir melalui tubuh politik.

Tantangan akan menurunnya keuntungan di pasar dan kepada konsumen yang sudah terbentuk, merupakan mimpi buruk setiap pelaku bisnis. Tidak heran jika setiap keuntungan yang masuk ke saku akan dijadikan modal untuk berinvestasi di tempat baru. Menurut Andrew Brooks (2015), pada dasarnya bisnis yang sukses adalah bisnis yang ekspansionis. Perusahaan multinasional akan mencari pabrik pakaian di lokasi-lokasi yang murah untuk membuat pakaian dan pasar baru untuk tempat menjual merek mereka. Namun ini tidak berlaku untuk buruh-buruh pekerja pabrik H&M di Bangladesh yang terkena sisi lain dari sistem *fast fashion*. Mengingat upah yang didapat sangat rendah sampai sulit untuk menghidupi dirinya sendiri.

Sirkulasi global pakaian telah menjadi kekuatan penting dalam pembangunan manusia dan globalisasi ekonomi (Brooks, 2015, p. 70). Meski industri garmen bukan sektor yang strategis seperti halnya sektor energi, namun karena pakaian diperdagangkan di seluruh dunia dan menjadi kebutuhan pokok manusia, industri garmen menjadi sektor yang esensial. Efek sampingnya adalah kontribusi pada kekayaan di negara-negara pada belahan dunia Utara dan kemiskinan di bagian Selatan (yang dielaborasi lebih lanjut pada poin *Law of Uneven Development*). Proteksionisme yang diterapkan dalam perkembangan kapitalisme berbasis

garmen, terutama setelah revolusi industri juga pada nyatanya membatasi perdagangan bebas. Permintaan atau konsumsi akan pakaian yang melonjak juga tidak membuat keadaan menjadi lebih baik. Perusahaan-perusahaan multinasional akan mendorong produksinya sehingga konsumsi pakaian hasil dari *fast fashion* akan cenderung berlebihan, terutama di negara-negara bagian Utara. Biasanya, surplus pakaian yang tidak diinginkan ini akan diekspor kembali ke negara-negara di belahan dunia Selatan. Peredaran pakaian baru dan bekas seakan speeri mengunci masyarakat yang cenderung miskin ke dalam hubungan ketergantungan.

Tabel 2. Perbandingan Pemasok dan Upah

Negara Pemasok di Asia	Total Pemasok	Upah Minimum (USD)
Bangladesh	270	42.4
Cambodia	40	61
China	630	175.8
India	238	66.7
Indonesia	82	110.1
Myanmar	44	-
Pakistan	37	81.6
South Korea	6	863.5
Sri Lanka	8	52.2 (2009)
Taiwan	3	613.6
Thailand	2	185.3
Vietnam	49	-

Sumber: H&M Official, Country Economy

Dengan model bisnis *outsourcing* H&M memiliki pemasok yang tidak sedikit. Di antara negara-negara pemasok H&M lainnya, Bangladesh terbilang yang memasok cukup banyak. Dari data di atas (Tabel 3.1) dapat disimpulkan bahwa meskipun Cina memiliki lebih dari 2 kali lipat pemasok dibanding yang ada di Bangladesh, namun dari segi upah minimum tenaga kerjanya (dilihat dari *national minimum wages* atau upah minimum nasional), Bangladesh jauh lebih rendah. Wajar apabila H&M menjadi salah satu perusahaan multinasional yang memberikan dampak dan pengaruh besar terhadap pertumbuhan ekonomi

Bangladesh. Sebagai produk hasil dari sistem kapitalis, H&M terus mengembangkan bisnisnya dalam mencari lokasi-lokasi baru untuk memperkaya dirinya. Salah satunya ialah dengan memperkuat kaki tangannya di pabrik-pabrik garmen di Bangladesh. Meskipun Bangladesh hanya sebatas negara pengasil produk, bukan sebagai pasar yang potensial dikarenakan PDB perkapitanya berkisar di angka US\$ 861.8 pada tahun 2011 ketika rata-rata dunia pada saat itu ialah US\$ 10.478.7 (World Bank, 2011).

Hal tersebut membuktikan bahwa H&M memiliki pengaruh yang cukup besar di Bangladesh hingga sampai pada titik di mana apabila ada gejolak politik domestik, H&M akan terkena dampaknya. Instabilitas politik yang terjadi di Bangladesh seakan membuka mata bahwa sulit bagi H&M untuk tetap tumbuh di Bangladesh jika kondisi domestiknya tidak dapat diprediksi. Dilihat dari sisi bisnis, ada ketakutan akan terganggunya proses produksi apabila tensi politik terus berlanjut. Meski pada akhirnya, H&M tetap mempertahankan produksinya di Bangladesh. Mengingat hampir 25% produk H&M merupakan pakaian yang dihasilkan di Bangladesh. Bukan sesuatu yang mudah bagi perusahaan multinasional untuk keluar-masuk suatu negara hanya karena ada gejolak politik yang sifatnya *inevitable* atau tidak bisa dihindarkan. Belum lagi fakta bahwa kehadiran H&M di Bangladesh sudah terlalu kuat sehingga jika ada hambatan yang sifatnya kerikil dan masih bisa diusahakan, tidak terlalu berdampak pada proses produksi H&M di Bangladesh itu sendiri.

### **C.3.2. Ketimpangan dan Ketidaksetaraan di Bangladesh**

Pada dasarnya pemahaman-pemahaman akan liberalisasi perdagangan memiliki agenda politik, baik yang tersirat maupun tersurat, dan membuat negara-negara bahkan masyarakat global percaya bahwa hambatan perdagangan sangat tidak sehat bagi ekonomi. Analoginya, menghapuskan hambatan sama saja dengan menghilangkan penyakit yang berbahaya bagi kesehatan tubuh. Padahal jika ditelisik lebih jauh, terlihat bahwa adanya ketegangan yang dibangun dan dilepaskan dalam level global. Dari sini, timbul efek samping dari “penyembuhan penyakit” itu sendiri, yaitu dalam bentuk ketimpangan yang tidak terhindarkan antar negara-negara dalam sistem internasional.

Seperti halnya mata pisau yang memiliki dua sisi yang berbeda, Hymer mengatakan bahwa sejatinya evolusi dari eksistensi perusahaan multinasional membentuk kekayaan di waktu yang bersamaan dengan terjadinya kemiskinan (Hymer, 1972, p. 129). Ada yang maju dan ada pula yang tertinggal. Perusahaan multinasional yang berasal dari negara-negara yang berada di bagian Utara menghasilkan pembagian kerja hierarkis antara wilayah geografis yang sesuai dengan pembagian kerja vertikal yang ada di internal perusahaan. Seperti yang sudah disinggung sebelumnya, di mana proses pengambilan keputusan strategis diserahkan di *headquarter* yang berada di negara maju, sedangkan pekerjaan ataupun aktivitas yang lebih kasar dilakukan di negara-negara yang berkembang dan tertinggal. Ini menciptakan suatu sistem imperialisme baru, yakni hubungan dasar antara negara-negara yang memiliki status berbeda – seperti superior dan subordinat – dalam bentuk kantor pusat dan pabriknya.

Walaupun industri garmen bukan satu-satunya sektor yang memberikan sumbangsih terhadap ketimpangan ekonomi global, industri ini jelas memainkan peran yang besar. Tidak heran melihat fenomena sistem *fast fashion* di abad ke-21 sekarang ini. Berkaca dari masa lalu, permasalahan ketimpangan antara negara maju dan negara kurang berkembang merupakan refleksi yang membentuk suatu pola sama. Bedanya hanya pada aktor yang kali ini menjadi pelaku utama, alih-alih negara maju seperti yang pernah terjadi sebelumnya, perusahaan multinasional yang kali ini bertanggung jawab. H&M sendiri merupakan produk dari negara yang berada di Utara, tepatnya Swedia. Terlihat bahwa eksploitasi H&M ke negara-negara kurang berkembang yang menjadi *host country* merupakan contoh dari adanya ketimpangan ekonomi dalam sistem internasional. Di Bangladesh, banyaknya masyarakat yang miskin berjuang untuk mendapatkan penghasilan dan dikarenakan pekerjaan menjadi tenaga kerja atau buruh pabrik industri garmen hanya membutuhkan kemampuan serta pendidikan formal yang minim, maka dari itu pilihan pekerjaan yang tersedia untuk masyarakatnya sangat terbatas. Seperti ketika tahun 2005 dan berakhirnya MFA membuat banyak orang yang khawatir akan masa depan ekspor garmen Bangladesh dalam menghadapi meningkatnya persaingan dari Cina dan Vietnam (Lewis, 2011, p. 150). Namun daya saing internasional dari upah tenaga kerja yang murah membuat industri

garmen Bangladesh tetap bertahan dan selamat dari adanya perubahan kebijakan internasional dengan kerusakan yang relatif kecil.

Dapat dikatakan bahwa ada paradoks dari status Bangladesh sebagai negara kurang berkembang dengan upah rendah. Pada satu sisi, upah tenaga kerja yang murah memberikan *bargaining position* untuk Bangladesh dalam sistem ekonomi politik internasional. Rendahnya upah membuat Bangladesh menjadi tempat yang menarik dan menjanjikan untuk perusahaan-perusahaan multinasional dalam menjalankan sistem produksinya. Kembali lagi dengan menggunakan logika bisnis, perusahaan multinasional pasti akan cenderung mencari wilayah yang murah untuk dieksploitasi dengan alasan menekan biaya produksi. Tidak terkecuali bagi H&M dengan sistem *fast fashion*-nya yang melihat Bangladesh sebagai negara kurang berkembang yang berpotensi untuk menghasilkan produk garmen yang cepat dan upah buruh yang murah. Dengan begitu, H&M dapat menjual produknya lagi dengan harga yang terjangkau untuk konsumen global.

Namun di lain sisi, murahnya upah membuat tenaga kerjanya menjadi cenderung kurang sejahtera. Bagaimana tidak, rendahnya pendapatan yang diterima oleh tenaga kerja industri garmen di Bangladesh sudah sampai pada titik dimana upahnya tidak sebanding dengan pekerjaan yang dilakukannya. Bahkan tidak jarang para tenaga kerja tidak dibayarkan upahnya dan berakhir pada demo dan protes dengan turun ke jalan untuk mendapatkan haknya. Dari sini terlihat bahwa ketimpangan yang dialami Bangladesh tidak hanya terjadi pada level internasional – yang mana mereka dieksploitasi oleh perusahaan multinasional karena statusnya sebagai negara kurang berkembang dengan tenaga kerja yang dibayar murah – tetapi juga sampai pada tingkat domestiknya di mana masyarakat tidak merasakan adanya kesetaraan dan tidak diberikan hak yang seharusnya diterima.

#### **C.4. Implikasi Fenomena *Fast Fashion* terhadap Tenaga Kerja Industri Garmen H&M di Bangladesh**

Dalam mendedahkan fenomena ini pada tataran internasional, yang perlu dimengerti pertama kali adalah hubungan antara variable-variabel yang terlibat. Dalam percaturan ekonomi politik internasional sendiri, ekonomi direpresentasikan sebagai pasar atau bagaimana sumber daya didistribusikan antar aktor yang terlibat seperti individu, kelompok, dan negara. Dalam dinamika pasar,

berbagai institusi – baik publik maupun swasta – memiliki tugas untuk mengalokasikan sumber daya untuk kemudian dikonsumsi oleh masyarakat banyak. Sedangkan politik merupakan perwujudan dari penggunaan kekuasaan oleh aktor dalam sistem internasional, atau dalam hal ini adalah negara (Balaam & Dillman, 2013, p. 8).

Pada kasus ini, posisi Bangladesh dalam struktur internasional yang diklasifikasikan sebagai negara kurang berkembang memberikannya privilese tertentu yaitu akses pasar bebas bea atau pengurangan tarif guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi domestiknya. Terdapat sekitar 52 negara yang membuka akses ini terhadap Bangladesh di antaranya adalah negara-negara yang tergabung dalam Uni Eropa, Amerika Serikat, Australia, Jepang, Turki, Rusia, Selandia Baru, Cina, Korea Selatan, Thailand, Malaysia dan beberapa negara lainnya sebagai sasaran untuk memperdagangkan produk-produk garmen (Stitchdiary, 2018).

Jika dilihat lebih dalam, negara-negara menjadi tujuan bebas bea cukai bagi produk ekspor Bangladesh, merupakan negara-negara yang potensial untuk dijadikan pasar mancanegara. Maka dari itu, jika H&M memulai produksinya di pabrik-pabrik yang ada di Bangladesh, secara tidak langsung H&M memiliki nilai tambah lain yang berupa mudahnya akses masuk ke pasar-pasar yang sudah terikat perjanjian bebas bea dengan Bangladesh. Dengan ini tentu biaya produksi semakin bisa ditekan untuk meraup keuntungan yang lebih banyak. Negara-negara yang bertindak sebagai pasar juga merupakan negara-negara maju dan berkembang, yang berarti daya beli yang dimiliki masyarakatnya juga cukup tinggi. Produk H&M dengan sistem *fast fashion* menjadi prospek yang tepat untuk dikonsumsi.

Fenomena *fast fashion* yang dilakukan oleh H&M dengan Bangladesh sebagai *host country*, memberikan dampak terhadap iklim domestik di negara itu sendiri. Seperti misalnya, masuknya perempuan ke dalam sistem ketenagakerjaan industri garmen. Pada tahun 2012, 85% dari 3.6 juta tenaga kerja yang berada di industri ini adalah perempuan yang berasal dari daerah pedesaan di Bangladesh (Ahmed *et al*, 2013, p. 69). Dengan demikian, industri garmen membuka pintu baru bagi pengangguran dan perempuan untuk terlibat dalam kegiatan perekonomian di Bangladesh. Namun begitu, industri ini tidak lepas dari ancaman

kerusuhan yang kerap terjadi di Bangladesh. Permasalahan mengenai keresahan tenaga kerja tidak melulu terkait dengan isu-isu upah, melainkan isu lain non-upah seperti kerja lembur yang tinggi, kurangnya fasilitas dan keamanan di pabrik tempat mereka bekerja, adanya tekanan lingkungan sekitar, dan lainnya. Faktor-faktor di bawah juga menandakan bahwa dinamika kestabilan Bangladesh, cukup dipengaruhi oleh kepentingan para tenaga kerja di dalam industri garmen. Tidak jarang keresahan tenaga kerja ini menimbulkan gejolak dengan aparat melalui demo-demo yang kerap dilakukan demi menuntut hak yang seharusnya didapatkan tanpa perlu diminta.

Pada tahun 2010, setidaknya terdapat 21 tenaga kerja meninggal dan 50 lainnya luka-luka (Hickman, 2010). Mengingat H&M tidak secara langsung memiliki pabrik untuk memproduksi pakaiannya, kecelakaan yang merupakan kebakaran ini terjadi di salah satu perusahaan yang menjadi pemasoknya. Bila ditelaah lebih jauh, kebakaran ini tersulut dikarenakan pabrik-pabrik pakaian di Bangladesh rentan karena standar keselamatan yang buruk. Pemasok dengan Garib & Garib ini diduga memiliki fasilitas peralatan keselamatan kebakaran yang tidak berfungsi. Permasalahannya adalah, dari pihak H&M memberi alasan bahwa telah melakukan audit dan inspeksi terhadap pabrik yang bersangkutan dan dua alat pemadam api yang rusak dikatakan segera diperbaiki (Hickman, 2010). Bahkan, berdasarkan laporan yang dipublikasikan oleh berbagai *Non-Governmental Organization* (NGO) atau Organisasi Non-Pemerintah yang prioritasnya memperjuangkan hak-hak tenaga kerja industri garmen, seperti *Clean Clothes Campaign* (CCC) dan *International Labor Rights Forum* (ILRF), H&M belum memenuhi komitmennya untuk memastikan keselamatan para pekerja yang memproduksi pakaiannya. Menurut laporan tersebut, pemasok-pemasok yang memiliki afiliasi dengan H&M cenderung gagal untuk memenuhi tenggat waktu yang diamanatkan untuk perbaikan dan renovasi (Clean Clothes Campaign, 2015).

Dengan kata lain, jika dilihat trajektorinya, kehadiran H&M di Bangladesh memberikan implikasi negatif terhadap tenaga kerjanya. Bagaimana tidak, alih-alih bekerja untuk memperoleh penghasilan yang layak dan meningkatkan perekonomian, tenaga kerja pembuat baju yang memasok untuk H&M malah seakan mempertaruhkan nyawanya setiap kali pergi ke pabrik. Tidak heran jika

kemudian banyak buruh yang resah dan menuntut untuk tempat dan lingkungan kerja yang lebih layak dan aman. Jika ditelaah lebih jauh, ini juga merupakan gambaran adanya eksploitasi dari H&M kepada tenaga kerjanya. Kembali lagi, sebagai entitas yang merasa dirinya memiliki kekuatan, terutama apabila bicara tentang kapital dan kepemilikan faktor produksi, tentu H&M di sini memiliki daya tawar yang lebih tinggi. Keengganan H&M untuk menyediakan fasilitas yang baik untuk pemasok-pemasoknya, merupakan bentuk nyata bahwa adanya ketimpangan di antara dua objek yang saling berinteraksi ini. Meskipun perbandingan keduanya tidak *apple to apple*, namun dari sekian banyak perusahaan multinasional dalam industri garmen yang memiliki kepentingan produksi pakaian di Bangladesh, H&M merupakan salah satunya yang memberikan dampak besar terhadap dinamika keresahan tenaga kerja industri garmen di Bangladesh.

#### D. SIMPULAN

Status Bangladesh sebagai *host country* dari produk manufaktur H&M, melahirkan sebuah bentuk hubungan yang saling menguntungkan dengan adanya akses pasar tenaga kerja dan FDI serta transfer teknologi ke Bangladesh. Namun begitu, tidak dapat dipungkiri ada konsekuensi dari interaksi keduanya. Setidaknya terdapat dua konsekuensi yang berdampak pada sistem internasional, yaitu:

Pertama ialah konsekuensi semakin besarnya entitas bernama perusahaan multinasional yang menyebabkan perubahan struktur yang terbagi antara H&M yang menjadi raksasa ritel yang cengkraman industrinya hampir dapat ditemukan di penjuru dunia. Salah satunya ialah dengan memperkuat kaki tangannya di pabrik-pabrik garmen di Bangladesh hingga sampai pada tahap di mana H&M menjadi pembeli terbesar garmen Bangladesh untuk konsumsi dunia.

Kedua adalah ketimpangan pembangunan. Fenomena *fast fashion* yang diterapkan oleh H&M dan mempengaruhi Bangladesh ini membuat adanya ketimpangan dan ketidaksetaraan dalam sistem internasional. Rendahnya upah membuat Bangladesh menjadi tempat yang menarik dan menjanjikan untuk perusahaan-perusahaan multinasional dalam menjalankan sistem produksinya.

Selain itu, dari sini juga terlihat bahwa ketimpangan yang dialami Bangladesh tidak hanya terjadi pada level internasional – yang dieksploitasi oleh perusahaan multinasional karena statusnya sebagai negara kurang berkembang dengan tenaga kerja yang dibayar murah – tetapi juga sampai pada tingkat domestiknya di mana masyarakat tidak merasakan adanya kesetaraan dan tidak diberikan hak yang seharusnya diterima.

Pada akhirnya, implikasi dari terjadinya fenomena ini berujung pada keresahan yang terjadi pada tenaga kerja industri garmen di Bangladesh. H&M sendiri berkontribusi terhadap adanya kecelakaan di salah satu pabrik yang menjadi pemasoknya. Hal ini menandakan bahwa secara tidak langsung H&M memiliki *power* yang besar sehingga dapat mengeksploitasi buruh di sekitarnya. Selain itu, juga terlihat sebuah pola di mana apabila ada interaksi yang melibatkan tenaga kerja atau aktor yang lebih rendah disbanding dengan yang satunya, pasti ada eksploitasi di antara keduanya.

### Daftar Pustaka

#### Buku

- Anguelov, N. (2016). *The Dirty Side of the Garment Industry: Fast Fashion and Its Negative Impact on Environment and Society*. Florida: CRC Press.
- Balaam, D. & Dillman, B. (2014). *Introduction to Political Economy 6<sup>th</sup> Ed*. New York: Pearson.
- Brooks, A. (2015). *Clothing Poverty: The Hidden World of Fast Fashion and Second-hand Clothes*. London: Zed Books.
- Enarsson, L. (2008). *Outsourcing and Strategic Sourcing – From Strategic Models to Practical Experience*. Gothenburg: BAS Publishing.
- Geiger, K., & Ahlander, L. (2000). *Katja of Sweden: Mode och Design Utan Gränser: En Biografi*. Stockholm: Dialogos.
- Gilpin, R. (2001). *Global Political Economy: Understanding the International Economic Order*. New Jersey: Princeton University Press.
- Hossain, S. (2011). *Urban Poverty in Bangladesh: Slum Communities, Migration, and Social Integration*. New York: I. B. Tauris.

- Hymer, S. The Multinational Corporation and the Law of Uneven Development. In Alavi & Teodor Shanin. (1982). *Introduction to the Sociology of "Developing Societies"*. London: The Macmillan Press.
- Myrdal, G. (1957). *Economic Theory and Under-Developed Regions*. London: Gerald Duckworth.
- Petterson, B. (2001). HM – Handelsmannen. Stockholm: Ekerlids Forlag.
- Sawada, Y. *et al.* (2018). *Economic and Social Development of Bangladesh: Miracle and Challenges*. Tokyo: Japan International Cooperation Agency Research Institute.
- Wills, J., & Angela Hale. Threads of Labour in Global Garment Industry. In Wills J., & Angela Hale. (2005). *Threads of Labour: Garment Industry Supply Chain from Workers' Perspective*. Oxford: Blackwell Publishing.

#### **Jurnal**

- Ahmed, S., Raihan, M. Z., & Islam, N. (2013). *Labour Unrest in the Ready-Made Garment Industry of Bangladesh*. International Journal of Business and Management, 8(15), pp. 68-80.
- Barnes, L., & Lea-Greenwood, G. (2006). *Fast Fashioning the Supply Chain: Shaping the Research Agenda*. Journal of Fashion Marketing and Management, 10(3), pp. 259-271.
- Bartley, T., & Egels-Zanden, N. (2015). *Responsibility and Neglect in Global Production Networks: The Uneven Significance of Codes of Conduct in Indonesian Factory*. Global Networks 15 Supplemental Issue, pp. S21-S44.
- Chan, A. (2003). *A Race to the Bottom*. China's Perspectives, No. 46.
- Giertz-Martenson, I. (2012). *H&M – Documenting the Story of One of the World's Largest Fashion Retailers*. Business History, 54(1), pp. 108-115.
- Kusumawardhana, I., Zulkarnain, S. I. P., & Si, M. (2016). Globalisation and Strategy: "Negara, Teritori dan Kedaulatan di Era Globalisasi". *Majalah Ilmu dan Budaya*, 40(52), 6139-6160.
- Kusumawardhana, I. (2017). Understanding The Dynamic of International System Through The Lens of Complex System Approach. *Jurnal Hubungan Internasional*, 10(1), 90-105.

- Kusumawardhana, I., & Abbas, R. J. (2018). Indonesia di Persimpangan: Urgensi “Undang-Undang Kesetaraan dan Keadilan Gender” di Indonesia Pasca Deklarasi Bersama Buenos Aires Pada Tahun 2017. *Jurnal HAM*, 9(2), 153-174.
- Masson, R., et al. (2007). *Managing Complexity in Agile Global Fashion Industry Supply Chains*. *International Journal of Logistics Management*, 18(2), pp. 238-254.
- Mottaleb, K., & Sonobe, T. (2011). *An Inquiry into the Rapid Growth of the Garment Industry*. *Economic Development and Cultural Change*, 60(1), pp 67-67.
- Nye, J. (1974). *Multinational Corporations in World Politics*. *Foreign Affairs*, 53(1), pp. 152-175.
- Turker, D., & Altuntas, C. (2014). *Sustainable Supply Chain Management in the Fast Fashion Industry: An Analysis of Corporate Reports*. *European Management Journal*, 32(5), pp. 837-849.

### **Daring**

- Clean Clothes Campaign. (2015). *Analysis: H&M’s Response to Report on Safety at Bangladesh Supplier Factories*. *International Labor Rights Forum*. Dikutip dari <https://laborrights.org/publications/analysis-hm%E2%80%99s-response-report-safety-bangladesh-supplier-factories>, 25 Oktober 2019
- Country Economy. (2011). *NMW – National Minimum Wage*. Dikutip dari <https://countryeconomy.com/national-minimum-wage>, 17 Desember 2019
- H&M Group. (n.d). *Our Supplier Factory List*. Dikutip dari <https://sustainability.hm.com/en/sustainability/downloads-resources/resources/supplier-list.html>, 25 November 2019
- H&M Group. (n.d). *About Us*. Dikutip dari <https://hmgroup.com/about-us.html>, 25 November 2019
- H&M Group. (n.d). *Markets and Expansion*. Dikutip dari <https://hmgroup.com/about-us/markets-and-expansion.html>, 25 November 2019
- H&M Way. (n.d). *The H&M Way – Living by Our Values and Guidelines Everyday*. Dikutip dari [https://about.hm.com/content/dam/hmgroup/groupsite/documents/en/hm-way/HM%20Way\\_en.pdf](https://about.hm.com/content/dam/hmgroup/groupsite/documents/en/hm-way/HM%20Way_en.pdf), 23 November 2019

- Lu, S. (2014). *2014 US Fashion Industry Benchmarking Study*. United States Fashion Industry Association. Dikutip dari [http://www.usfashionindustry.com/pdf\\_files/USFIA-URI-Fashion-Industry-Benchmarking-Study-2014.pdf](http://www.usfashionindustry.com/pdf_files/USFIA-URI-Fashion-Industry-Benchmarking-Study-2014.pdf).
- ICFAI. (2008). *H&M's Supply Chain Management Practices*. ICFAI Center for Management Research. Dikutip dari <https://www.icmrindia.org/casestudies/catalogue/Operations/OPER066.htm>
- UNCTAD. (2012). *Bangladesh: Sector-Specific Investment Strategy and Action Plan*. United Nations Conference on Trade and Development. [https://unctad.org/Sections/diae\\_dir/docs/diae\\_G20\\_Bangladesh\\_en.pdf](https://unctad.org/Sections/diae_dir/docs/diae_G20_Bangladesh_en.pdf)
- War on Want. (2010). *Fashion Victims – The Facts*. Dikutip dari <https://waronwant.org/fashion-victims-facts>, 15 Desember 2019