

# **EKSPLOITASINIKE INC. TERHADAP TENAGA KERJA DI INDONESIA (1999-2015)**

*Nike Inc. Exploitation of Labor in Indonesia (1999-2015)*

**Reza Yusuf Ali Nugraha**

**Jurusan Ilmu Hubungan Internasional  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
2017/2018**

Email: [reza.yusuf.2014@fisipol.umy.ac.id](mailto:reza.yusuf.2014@fisipol.umy.ac.id)

## **ABSTRACT**

*This research is aimed to analyze why the practice of exploitation by the multinational corporation Nike Inc. is able to withstand for relatively long time. The labour force is not benefitted from the government's regulation and business behaviour from Nike Inc. as the multinational corporation is correlated with the practice of business expansion and treatment toward local labour force. This research shows that the relatively long-term practice of exploitation is the result of a massive and structured system which create the incapability in the NGOs-supported struggle for the rights of the labour force.*

**Keywords : MNC, Nike Inc., Exploitation, Labor Force, Indonesia, System, Business Behaviour, Regulation**

## Pendahuluan

Sebagaimana diketahui bahwa saat ini dunia sedang dihadapkan dengan fenomena globalisasi. Fenomena globalisasi yang terjadi saat ini memiliki sifat yang ambivalen. Dengan kata lain globalisasi dapat mendatangkan banyak sekali manfaat, namun di sisi lain globalisasi menghadirkan juga ancaman yang membahayakan. Bagi mereka yang terlebih dahulu mengalami modernisasi dan memiliki modal (*capital*) yang banyak, globalisasi justru akan mendatangkan banyak manfaat. Namun di sisi lain bagi mereka negara-negara berkembang dan atau negara dunia ketiga, globalisasi justru juga menghadirkan permasalahan baru.

Salah satu hasil dari pesatnya globalisasi adalah hadirnya *Multinational Corporation*. MNC adalah faktor penting yang mendorong terjadinya proses globalisasi ekonomi dunia menuju integrasi ekonomi tanpa batas. MNC saat ini juga dianggap sebagai aktor yang turut diperhatikan kekuatannya dalam perekonomian global. Data statistik menyebutkan pada akhir 1990-an, terdapat sekitar 53.000 MNC di dunia dengan 450.000 anak perusahaan di berbagai belahan dunia.<sup>1</sup> Jumlah ini kemudian bertambah menjadi 63.000 MNC dengan sekitar 690.000 anak perusahaan pada tahun 1998.<sup>2</sup>

MNC yang akan penulis teliti adalah Nike Inc. di Indonesia. Nike sendiri merupakan perusahaan dari Amerika Serikat dan salah satu perusahaan *apparel* olah raga terbesar di dunia yang terkenal dengan produk sepatunya yang memiliki desain modern dan berkualitas tinggi. Mereka terkenal karena mensponsori beberapa olahragawan terkenal di dunia seperti Cristiano Ronaldo, Ronaldinho, Tiger Woods dan Michael Jordan. Nike Inc didaulat menjadi merek (brand) paling bernilai di muka bumi. Merek ini memiliki nilai 19 miliar dolar AS, naik 1,7 miliar dolar AS dibandingkan tahun 2013 yang sebesar 13,7 miliar dolar AS. Nike Inc mencatatkan kapitalisasi pasar sebesar 71 miliar dolar AS. Nike Inc sendiri menguasai 62 persen di pasar sepatu atletik di Amerika Serikat.

Menurut Harian Tempo, total investasi Nike Inc. di Indonesia sebanyak 600-700 juta dolar AS, dengan total produksi ekspor sebanyak 50-60 juta pasang sepatu. Dari tahun 1967 hingga 2007, nilai investasi industri sepatu ini berkisar sekitar 2,13 miliar dolar AS, dengan jumlah penyerapan tenaga kerja hingga 317 ribu tenaga kerja. Meskipun industri ini sempat tutup pada tahun 2003-2005, investasi baru muncul kembali dengan pembangunan pabrik

---

<sup>1</sup> Frieden, J. A., & Lake, D. A. (1996). *International Political Economy: Perspectives on Global Power and Wealth* (4 ed.). New York: Routledge. Hal. 141

<sup>2</sup> Cohn, T. H. (2003). *Global Political Economy: Theory and Practice* (2 ed.). New York: Addison Wesley Longman Inc. Hal. 319

sepatu selama 2006-2007 sebanyak 9 perusahaan dengan nilai investasi sekitar 78,72 juta USD. <sup>3</sup> Jumlah investasi yang besar ini tentu saja sangat signifikan untuk memenuhi kebutuhan pemasukan negara dari investasi asing, yang diperkirakan oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada masanya mencapai 220 miliar dolar AS setiap tahunnya untuk periode tahun 2009-2014.<sup>4</sup> Investasi yang besar dan nilai ekspor yang cukup signifikan tersebut tentu saja menguntungkan bagi negara karena menghasilkan pemasukan yang tidak sedikit.

Nilai penghasilan dan investasi yang besar di Indonesia tidak membuat buruhnya mendapatkan upah yang layak. Dikutip dari harian tempo bahwa menurut Portland Jobs with Justice (PJJ), buruh hanya mendapat 2,25 dolar AS dan naik menjadi 2,46 dolar pada April 1997 per hari untuk membuat sekitar 100 sepatu. Dengan upah tersebut, buruh tidak mampu membeli makanan dan mencari tempat tinggal yang cukup. Dalam rilis yang dikeluarkan Portland Jobs with Justice dikatakan bahwa “jika anda menjadi buruh Nike Inc di Indonesia berarti anda dan sekitar 88 persen buruh lainnya mengalami kekurangan makanan yang sehat”. Juga berarti anda harus tinggal di tempat yang kurang layak tanpa fasilitas air yang memadai. Buruh harus bekerja 18 jam per hari dan akan diberhentikan jika mengeluh atau protes. <sup>5</sup>

Namun hal ini sangat bertolak belakang dengan gaji yang diterima oleh bos dan petinggi Nike Inc, Philip H. Knight yang menerima gaji dan bonus sebesar 864.583 dolar dan bahkan 787.500 dolar pada tahun 1995. Jumlah ini belum termasuk stok Nike Inc sebesar 4,5 miliar dolar AS. <sup>6</sup> Contoh di atas telah mampu menggambarkan bagaimana keegoisan kapitalis terhadap kesejahteraan buruh, di mana yang terjadi adalah *zero sum game*.<sup>7</sup>

Sejak mendirikan pabrik melalui perusahaan kontrak di Indonesia pada tahun 1988, Nike Inc. menerima tuntutan yang berasal dari berbagai laporan dan publikasi mengenai eksploitasi yang dilakukan terhadap buruh yang bekerja di pabrik-pabrik yang memproduksi produk untuk Nike Inc. Istilah eksploitasi yang dimaksud di sini adalah mekanisme pemanfaatan terhadap suatu subjek secara sewenang-wenang hanya untuk kepentingan

---

<sup>3</sup> *Nike Sepakat Perpanjang Kontrak*. (2007, Juli 31). Diambil kembali dari Tempo: <http://www.tempo.co.id/hg/ekbis/2007/07/31/brk,20070731-104694,id.html>

<sup>4</sup> Jakarta Globe. (2009, November 14). While Global Recovery Sputters, Indonesia Strong, IMF Says. *Bi-Weekly Bulletin Issue 22*, hal. 3.

<sup>5</sup> (2016). Dipetik Oktober 29, 2016, dari tempo.co.id: <http://www.tempo.co.id/ang/min/02/39/ekbis2.htm>

<sup>6</sup> *Ibid.*

<sup>7</sup> Zero sum game menggambarkan sebuah proses di mana jumlah keuntungan dan kerugian dari seluruh peserta adalah nol, keuntungan yang didapatkan oleh seorang peserta berasal dari kerugian peserta-peserta yang lain.

ekonomi semata, tanpa mempertimbangkan rasa keadilan, etika kelayakan dan kompensasi kesejahteraan yang cukup.<sup>8</sup> Dalam penjelasan ini, standar dari keadilan, etika kelayakan dan kompensasi kesejahteraan disesuaikan dengan peraturan yang ada dalam taraf nasional dan internasional mengenai hak-hak asasi manusia pada umumnya, dan hak-hak buruh pada khususnya.

Kisruh buruh dan tuntutan mereka ternyata sudah berlangsung selama 15 tahun terakhir namun yang menjadi puncaknya adalah pada tahun 2014 di mana para buruh Nike Inc melakukan unjuk rasa dalam jumlah yang cukup besar di depan kantor BEI (Bursa Efek Indonesia). Para buruh Nike Inc di Indonesia tersebut selain dibantu oleh beberapa serikat buruh juga dibantu oleh beberapa NGO, di antaranya adalah *Team Sweat*. Mereka adalah sebuah koalisi internasional dari buruh Nike Inc. serta konsumen dan investor yang berkomitmen untuk mengakhiri ketidakadilan dalam praktek *sweatshop*<sup>9</sup> Nike Inc di seluruh dunia. Dengan mendasarkan diri pada perjuangan terkait isu *sweatshop* Nike Inc yang sudah berusia lebih dari 15 tahun tersebut kemudian *Team Sweat* berjuang untuk memastikan bahwa :

1. Nike Inc membayarkan upah yang layak dan adil bagi para buruh pabriknya.
2. Nike Inc bersedia bernegosiasi dan menandatangani kesepakatan kolektif dengan serikat pekerja di tingkat pabrik dan pemilik pabrik.
3. Nike Inc membuat komitmen jangka panjang dengan komunitas di Indonesia di mana terdapat pabrik.

*Team Sweat* jugalah yang membantu advokasi dalam beberapa tuntutan buruh Nike Inc, termasuk dalam aksi unjuk rasa pada tahun 2014 di Jakarta.

Aksi demonstrasi yang dilakukan oleh para buruh ini biasanya diwarnai oleh beberapa tuntutan seperti, peningkatan kesejahteraan bagi mereka (buruh), dihapuskannya sistem *outsourcing* dan sistem kerja kontrak yang dinilai sangat merugikan bagi mereka, selain itu mereka menuntut akan naiknya Upah Minimum Regional (UMR). Hal ini tidak terlepas dari (kesadaran kelas) bagaimana buruh merasa dieksploitasi oleh MNC.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> (2016). Dipetik January 1, 2017, dari plato.stanford.edu: <https://plato.stanford.edu/entries/exploitation/>

<sup>9</sup> Sweatshop adalah julukan dari para aktivis untuk pabrik-pabrik yang mereka anggap sangat memeras keringat pekerjanya

<sup>10</sup> Pontoh, C. H. (2011, Juni 18). *Kelas Dan Perjuangan Kelas Dalam Manifesto Komunis*. Diambil kembali dari indoproggress.com: <https://indoproggress.com/2011/06/kelas-dan-perjuangan-kelas-dalam-manifesto-komunis/>

## Profil Nike Inc.

Nike Inc. resmi didirikan pada tahun 1962 oleh Bill Bowerman dan Phil Knight dalam bentuk kerjasama dengan nama awal Blue Ribbon Sports. Tujuan awal dibentuknya kerjasama ini adalah untuk mendistribusikan sepatu olah raga buatan Jepang Onitsuka Tiger dengan kualitas tinggi dan harga yang murah dalam rangka mematahkan dominasi perusahaan *sportwear* Jerman yaitu Adidas dan Puma dalam industri domestik Amerika Serikat.<sup>11</sup> Impor dari Jepang ini dianggap lebih menguntungkan karena harga produknya jauh lebih murah dibandingkan dengan para kompetitornya namun dengan kualitas yang tidak kalah bagusnya.<sup>12</sup> Pada tahun 1972, nama Blue Ribbon Sports resmi digantikan dengan Nike Inc. yang didirikan sebagai sebuah perusahaan, dengan ‘Swoosh’ sebagai logonya dan ‘Just Do It’ sebagai slogan perusahaan.

Pada tahun 1964 yang merupakan tahun pertama Blue Ribbon Sport, mereka mampu menjual sepatu Onitsuka Tiger sebanyak 1.300 pasang dan meraup pendapatan sebesar 8.000 dolar AS dan pada tahun berikutnya Blue Ribbon Sport mampu meraup keuntungan sebesar 20.000 dolar AS serta sudah memiliki karyawan tetap. Perusahaan tumbuh secara signifikan, sehingga pada tahun 1966, Blue Ribbon Sport membuka toko ritel pertama yang ada di 3107 Pico Boulevard, Santa Monica, California. Serta pada 1967 Blue Ribbon Sport memperluas operasi ritel dan distribusi di Pantai Timur, di Wellesley, Massachusetts.<sup>13</sup> Pada tahun 1971, hubungan antara Blue Ribbon Sport dan Onitsuka Tiger merenggang. Hal itu menyebabkan Blue Ribbon Sport bersiap untuk meluncurkan produk sepatunya sendiri, yang akan menggunakan logo ‘Swoosh’ yang pada saat itu baru dirancang oleh Carolyn Davidson.<sup>14</sup> ‘Swoosh’ pertama kali digunakan oleh Nike pada tanggal 18 Juni 1971, dan terdaftar di *U.S. Patent and Trademark Office* pada tanggal 22 Januari 1974.<sup>15</sup>

Pada 1972 secara resmi Blue Ribbon Sport memperkenalkan merek Nike. Kata Nike sendiri berasal dari dewi kemenangan Yunani. Pada tahap selanjutnya, Blue

---

<sup>11</sup> Locke, R. M., Qin, F., & Brause, A. (2007). Does Monitoring Improve Labor Standards? Lessons from Nike. *Industrial and Labour Relations Review*, 61, 7. Diambil kembali dari <http://www.jstor.org/stable/25249121>

<sup>12</sup> J. Ballinger and C. Olsson, *Behind the Swoosh*, (Global Publ. Foundation: 1997) diakses dari <http://www.citinv.it/associazioni/CNMS/archivio/multinazionali/profilonike.html>

<sup>13</sup> sneakers.co.id. (2016, September 22). *Sejarah Perkembangan Brand Nike*. Diambil kembali dari Sneakers: <http://www.sneakers.co.id/sejarah-brand-nike/>

<sup>14</sup> Hughes, M. (2008, Januari 4). *Logos that became legends: Icons from the world of advertising*. Diambil kembali dari Independent: <https://www.independent.co.uk/news/media/logos-that-became-legends-icons-from-the-world-of-advertising-768077.html>

<sup>15</sup> Putra, R. I. (2016, Januari 22). *Sejarah Berdirinya Nike*. Diambil kembali dari Izay Biografi Web Site: <https://www.izaybiografi.com/2016/01/sejarah-berdirinya-nike.html>

Ribbon Sport Inc., kemudian secara resmi berganti nama menjadi Nike Inc. pada tahun 1978. Beberapa saat berselang Ilie Năstase menjadi atlet profesional yang mengawali kontrak dengan Blue Ribbon Sports/Nike. Tiga produk utama dari Nike Inc. adalah sepatu atau alas kaki, pakaian dan perlengkapan olah raga yang saat ini diproduksi oleh 554 pabrik kontrak yang mempekerjakan lebih dari 1.000.000 pekerja di 42 negara dunia.<sup>16</sup>

Sepanjang tahun 1980an, Nike memperluas lini produknya untuk mencakup banyak olahraga dan wilayah di seluruh dunia.<sup>17</sup> Pada tahun 1990, Nike Inc. memindahkan kantor pusatnya ke gedung *World Headquarters Building* di Beaverton, Oregon.<sup>18</sup> Kemudian toko ritel Nike pertama yang dijuluki Niketown, dibuka di pusat kota Portland pada bulan November 1990.<sup>19</sup> Pada tahun yang sama, Nike mengalahkan Adidas sebagai perusahaan sepatu atletik nomor satu di Amerika Serikat. Nike memiliki penjualan sebesar 270 juta dolar AS dan hampir menguasai 50% pasar AS. Pada tahun ini perusahaan terus berkembang dengan strategi pemasaran ‘akar rumput’, di mana Nike berusaha sedekat mungkin dengan pelanggan dan juga para atlet yang mereka sponsori. Para atlet yang disponsori oleh Nike terkenal sebagai atlet-atlet yang tidak hanya mahir dalam olah raga namun juga memiliki kepribadian yang baik dan inspiratif seperti Cristiano Ronaldo dan Ronaldinho di sepak bola juga Michael Jordan di bola basket. Strategi ini menurut pendiri Nike Phil Knight dapat berpengaruh besar dalam pemasaran di mana para pembeli dapat dipengaruhi oleh para atlet idola mereka dan produk apa yang mereka pakai.<sup>20</sup>

Nike juga telah mengakuisisi beberapa perusahaan pakaian dan sepatu sepanjang sejarahnya, beberapa di antaranya telah terjual. Akuisisi pertamanya adalah perusahaan sepatu kelas atas Cole Haan pada tahun 1988 untuk memperluas usahanya ke bidang sepatu non atletis, kemudian diikuti oleh pembelian Bauer Hockey pada tahun 1994. Kemudian ada tahun 2002, Nike membeli perusahaan pakaian selancar Hurley International untuk merambah bisnis pakaian selancar dan *skateboard*.<sup>21</sup> Pada tahun 2003, Nike membayar 309 juta dolar AS untuk mengakuisisi Converse, sebagai perusahaan pembuat sepatu Chuck

---

<sup>16</sup> Nike Inc. 2018. *Nike Manufacturing Map*. February 1. Accessed March 10, 2018. <http://manufacturingmap.nikeinc.com/>.

<sup>17</sup> *Ibid.*

<sup>18</sup> *Ibid.*

<sup>19</sup> *Ibid.*

<sup>20</sup> Porter, J., Harris, M., & Yeung, G. (2002). Nike. *Management 296 – International Business Management*.

<sup>21</sup> Connelly, L. (2013, Januari 23). *Bob Hurley: Success built on everyone's inner surfer*. Diambil kembali dari The OCR: <https://www.ocrregister.com/2013/01/23/bob-hurley-success-built-on-everyones-inner-surfer/>

Taylor All-Stars.<sup>22</sup> Kemudian perusahaan mengakuisisi Starter pada tahun 2004<sup>23</sup> dan Umbro yang dikenal sebagai produsen seragam tim nasional sepak bola Inggris, pada tahun 2008. Untuk memfokuskan kembali lini bisnis utamanya dan mempertahankan *brand* yang lebih menguntungkan, Nike mulai melakukan divestasi beberapa anak perusahaannya di tahun 2000.<sup>24</sup> Pada tahun 2007 Nike menjual Starter, dan pada tahun 2008 Nike menjual Bauer Hockey.<sup>25</sup> Kemudian Nike menjual Umbro pada tahun 2012<sup>26</sup> dan Cole Haan pada tahun 2013.<sup>27</sup> Hingga pada akhirnya tahun 2013, Nike hanya memiliki dua anak perusahaan utama yaitu Converse Inc. dan Hurley International.<sup>28</sup>

Hingga saat ini Nike Inc. masih mempertahankan jaringannya di lebih dari 100 negara sasaran pasarnya, di antaranya di wilayah Amerika Serikat, Eropa, Asia Pasifik, dan Amerika Latin. Nike mendominasi penjualan industri *athletic footwear* dengan menguasai 33% dari pasar global. Untuk mempertahankan posisinya tersebut, Nike Inc. membuat biaya produksinya serendah mungkin agar dapat cepat beradaptasi dengan *trend* pasar yang fluktuatif. Penekanan biaya produksi dilakukan dengan mengurangi biaya operasi. Melihat kebangkitan kondisi perekonomian di wilayah Asia Pasifik, Nike Inc. memanfaatkan peluang ini untuk membuka pasar dan menargetkan konsumen baru yang saat ini lebih kuat secara finansial.<sup>29</sup>

## Nike di Indonesia

Nike mengikuti strategi manufaktur *outsource* di luar negeri. Ide dasarnya adalah Nike mengontrak perusahaan atau pabrik lain untuk melakukan kegiatan manufaktur di

---

<sup>22</sup> Joshua, P. (2003, July). *Nike Drafts An All Star*. Diambil kembali dari The Washington Post Website: <https://www.washingtonpost.com/>

<sup>23</sup> Parker, M. (2007, November 15). *Nike unloads Starter for \$60M*. Diambil kembali dari Biz Journals Website: <https://www.bizjournals.com/portland/stories/2007/11/12/daily22.html>

<sup>24</sup> Dezenber, R., Banjo, S., & Terlep, S. (2012, Oktober 24). *After Umbro, Nike Turns to Cole Haan Sale*. Diambil kembali dari The Wall Street Journal: <https://www.wsj.com/articles/SB10001424052970203897404578076360671279662>

<sup>25</sup> Austen, I. (2008, Februari 22). *Hockey Fan, and Investor, Buys Bauer From Nike*. Diambil kembali dari The New York Times: <http://www.nytimes.com/2008/02/22/business/22nike.html>

<sup>26</sup> Stevens, S. (2012, Desember 3). *Nike completes Umbro sale to Iconix*. Diambil kembali dari Portland Business Journal: [https://www.bizjournals.com/portland/blog/threads\\_and\\_laces/2012/12/nike-completes-umbro-sale-to-iconix.html](https://www.bizjournals.com/portland/blog/threads_and_laces/2012/12/nike-completes-umbro-sale-to-iconix.html)

<sup>27</sup> *Nike completes Cole Haan sale*. (2013, Februari 4). Diambil kembali dari Portland Business Journal: [https://www.bizjournals.com/portland/blog/threads\\_and\\_laces/2013/02/nike-completes-cole-haan-sale.html](https://www.bizjournals.com/portland/blog/threads_and_laces/2013/02/nike-completes-cole-haan-sale.html)

<sup>28</sup> Brettman, A. (2012, November 16). *With Cole Haan sale, Nike can focus on more important things, analysts say*. Diambil kembali dari The Oregonlive Website: [http://www.oregonlive.com/playbooks-profits/index.ssf/2012/11/with\\_cole\\_haan\\_sale\\_nike\\_can\\_f.html](http://www.oregonlive.com/playbooks-profits/index.ssf/2012/11/with_cole_haan_sale_nike_can_f.html)

<sup>29</sup> Kim Enderle, et al., *Strategic analysis of Nike Inc.*, diakses dari <http://condor.depaul.edu/aalmaney/StrategicAnalysisofNike.htm>

mancanegara dengan memanfaatkan tenaga kerja murah di negara-negara dunia ketiga. Kemudian, agar mendapat bahan mentah dan mendapat sumber daya manusia (buruh) yang murah, perusahaan membangun fasilitas produksi di negara-negara yang di alokasikan di Asia dan Amerika Selatan. Hal ini dilakukan karena dianggap sesuai dengan misi Nike untuk menjadi perusahaan global. Dengan keadaan fasilitas produksi yang berlokasi jauh dari kebanyakan konsumen Nike, menyebabkan biaya distribusi menjadi lebih mahal, mekanisme penekanan biaya produksi, yaitu dengan memilih bahan mentah dan buruh murah, secara efektif dapat menjaga keuntungan perusahaan Nike Inc itu sendiri.<sup>30</sup>

Nike Inc sendiri hadir di Indonesia pada tahun 1988. Sepatu-sepatu yang ada pada saat itu sepertiganya masih dari produksi Amerika Serikat. Selanjutnya pengerjaan produk sepatu Nike Inc dilakukan di Indonesia. Perlu diketahui bahwa sebagaimana yang dikatakan oleh koordinator perusahaan Nike Inc di Indonesia, perusahaan Nike Inc menggunakan sekitar 11 kontraktor pada awalnya. Dari sekian banyak kontraktor tersebut terdapat juga kontraktor yang dulunya merupakan perusahaan asosiasi Nike Inc di Korea Selatan dan Taiwan. Perusahaan atau pabrik Nike berlokasi di area industri yang saat itu baru berkembang, seperti Tangerang, Serang, hingga bagian Barat Jakarta. Manajer dan supervisor pabrik-pabrik tersebut biasanya berasal dari Korea Selatan atau orang Indonesia sendiri, namun semua pekerja sebagai buruh berasal dari Indonesia, kebanyakan adalah wanita dengan usia 16-22 tahun.<sup>31</sup>

Data terbaru Februari 2018 menunjukkan bahwa di Indonesia terdapat 39 Pabrik serta 197.397 pekerja dengan 77,1% adalah pekerja wanita dan 2,8% merupakan pekerja migran. Terdapat 17 pabrik yang mengerjakan dan memproduksi pakaian, 17 pabrik lainnya mengerjakan dan memproduksi sepatu, serta 5 lainnya mengerjakan dan memproduksi peralatan olahraga. Dari ke 39 pabrik tersebut 3 di antaranya hanya mengerjakan barang mentahnya saja atau bukan produk jadi.<sup>32</sup>

Investasi sebanyak 8 juta dolar AS ditanamkan Nike Inc. untuk ekspansi pabrik di Sukabumi. Didirikannya pabrik baru tersebut meningkatkan kapasitas produksi Nike perwakilan Indonesia menjadi 1 juta pasang sepatu per tahun, dari kapasitas semula yang

---

<sup>30</sup> *Ibid.*

<sup>31</sup> J.Ballinger and C.Olsson, *Loc. Cit.*

<sup>32</sup> Nike Inc. 2018. *Nike Manufacturing Map*. February 1. Accessed March 10, 2018. <http://manufacturingmap.nikeinc.com/>.

hanya 400 ribu pasang sepatu, dengan rata-rata 60 ribu pasang per pabrik. Ekspansi ini juga dikatakan menguntungkan karena menyerap sekitar 22 ribu tenaga kerja.<sup>33</sup>

Indonesia saat ini merupakan negara basis pabrik ketiga terbesar milik Nike Inc. setelah Cina dan Vietnam, dengan 17 pabrik kontrak yang mempekerjakan lebih dari 190.000 pekerja. Di antara pabrik-pabrik tersebut, ada sembilan pabrik<sup>34</sup> memproduksi merek Converse, yang merupakan perusahaan anak milik Nike Inc.<sup>35</sup> Menurut Harian Tempo, total investasi Nike di Indonesia sebanyak 600-700 juta dolar AS, dengan total produksi ekspor sebanyak 50-60 juta pasang sepatu. Dari tahun 1967 hingga 2007, nilai investasi industri sepatu ini berkisar sekitar 2,13 miliar dolar AS, dengan jumlah penyerapan tenaga kerja hingga 317 ribu tenaga kerja. Meskipun industri ini sempat tutup pada tahun 2003-2005, investasi baru muncul kembali dengan pembangunan pabrik sepatu selama 2006-2007 sebanyak 9 perusahaan dengan nilai investasi sekitar 78,72 juta dolar AS.<sup>36</sup> Jumlah investasi yang besar ini tentu saja sangat signifikan untuk memenuhi kebutuhan pemasukan negara dari investasi asing, yang diperkirakan oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada saat itu mencapai 220 miliar dolar AS setiap tahunnya untuk periode tahun 2009-2014.<sup>37</sup> Investasi yang besar dan nilai ekspor yang cukup signifikan tersebut tentu saja menguntungkan bagi negara karena menghasilkan pemasukan yang tidak sedikit.

### **Realita Eksploitasi Nike Inc.**

Nike merupakan salah satu perusahaan yang mendapatkan gelar First Annual Golden Grinch Awards dari National Labor Committee di mana gelar ini di berikan kepada Nike atas praktek *sweatshop* yang mereka lakukan dan mengakibatkan beberapa permasalahan bagi tenaga kerjanya. Istilah *sweatshop* ini memang diartikan berbeda-beda oleh beberapa ahli, namun pada intinya istilah ini mengacu pada pabrik-pabrik di negara berkembang yang memproduksi barang-barang, biasanya berupa pakaian, untuk perusahaan multinasional dan

---

<sup>33</sup> Hadi Suprpto dan Elly Setyo Rini, *Nike Relokasi Pabrik dari China*, diakses dari [http://bisnis.vivanews.com/news/read/100678-nike\\_relokasi\\_pabrik\\_dari\\_china](http://bisnis.vivanews.com/news/read/100678-nike_relokasi_pabrik_dari_china)

<sup>34</sup> *Loc. Cit. Nike Manufacturing Map*

<sup>35</sup> Niniek Karmini dan Stephen Wright, *AP Exclusive: Nike Faces New Worker Abuse Claims*, diakses dari [http://www.boston.com/business/articles/2011/07/13/ap\\_exclusive\\_nike\\_faces\\_new\\_worker\\_abuse\\_claims/](http://www.boston.com/business/articles/2011/07/13/ap_exclusive_nike_faces_new_worker_abuse_claims/)

<sup>36</sup> *Nike Sepakat Perpanjang Kontrak*. (2007, Juli 31). Diambil kembali dari Tempo: <http://www.tempo.co.id/hg/ekbis/2007/07/31/brk,20070731-104694,id.html>

<sup>37</sup> Jakarta Globe. (2009, November 14). While Global Recovery Sputters, Indonesia Strong, IMF Says. *Bi-Weekly Bulletin Issue 22*, hal. 3.

konsumen di negara maju, dengan mempekerjakan tenaga kerja atau buruh dengan upah yang rendah dan kondisi lingkungan kerja yang tidak memenuhi standar.<sup>38</sup>

Sejak mendirikan pabrik melalui perusahaan kontrak di Indonesia pada tahun 1988, Nike menerima tuntutan yang berasal dari berbagai laporan dan publikasi mengenai eksploitasi yang dilakukan terhadap buruh yang bekerja di pabrik-pabrik yang memproduksi produk untuk Nike.

Nike yang sempat menerima tuduhan atas pelanggaran hak anak karena mempekerjakan anak-anak di bawah umur pada tahun 1980an, kembali menerima tuntutan atas eksploitasi yang berupa penganiayaan terhadap buruh setelah isu tersebut mereda pada tahun 2000an. Pada tahun 2001, Global Alliance yang merupakan kelompok yang mengawasi pekerja pabrik mempublikasikan laporan yang menyatakan bahwa pekerja atau buruh pabrik Nike di Indonesia dilecehkan secara verbal dan seksual, diberikan akses yang terbatas terhadap pelayanan kesehatan, dan jam kerja yang melebihi standar.<sup>39</sup> Pelanggaran-pelanggaran tersebut dilakukan dalam rangka menekan para pekerja untuk menghasilkan barang sesuai dengan target yang ditentukan.

Laporan dari Oxfam Community Aid Abroad pada tahun 2002 yang didasarkan dari wawancara terhadap 35 pekerja di pabrik Nike di Indonesia, menunjukkan bahwa para buruh ini dibayar dengan gaji yang sangat rendah. Laporan ini juga menunjukkan bagaimana para buruh diancam pemecatan serta tuntutan hukum yang dapat berujung pada hukuman penjara atau hukuman fisik jika mereka membentuk atau ikut dalam gerakan serikat buruh independen, kemudian keadaan pabrik yang masih membahayakan bagi kesehatan pekerja karena adanya racun kimia yang terhirup ketika bernapas dan mesin pemotong yang berisiko dapat memotong jari tangan, dan tidak dipenuhinya hak-hak cuti untuk masalah kesehatan.<sup>40</sup>

Kemudian pada tahun 2004 terdapat laporan yang dipublikasikan oleh Clean Clothes Campaign, yang menyatakan bahwa adanya pelecehan seksual di pabrik sepatu di Indonesia yang memproduksi sepatu untuk Nike dan beberapa merek lain, yang dilakukan oleh manajer pria terhadap pekerja wanitanya dengan menggunakan ancaman pemecatan.<sup>41</sup> Pelecehan ini

---

<sup>38</sup> Skarbek, David. 2011. *Sweatshops, Opportunity Costs and Non-Monetary Compensation : Evidence from El Salvador*. 18 November. <http://www.davidskarbek.com/uploads/SweatshopsElSalvador.pdf>.

<sup>39</sup> Connor, Timothy. 2011. *We Are Not Machines*. 14 November. <http://www.oxfam.org.au/resources/filestore/originals/OAus-WeAreNotMachines-0302.pdf> .

<sup>40</sup> *Ibid.*

<sup>41</sup> *Ibid.*

merupakan dampak nyata dari adanya eksploitasi yang menjadikan pihak buruh menjadi tidak berdaya.

Laporan terbaru berasal dari The Associated Press pada awal tahun 2011, menyatakan bahwa para pekerja di perusahaan sepatu Converse Indonesia diperlakukan tidak manusiawi oleh supervisor mereka, dengan melemparkan sepatu pada para buruh, menampar muka mereka, dan memanggil pekerja dengan kata-kata kasar. Para pekerja ini mengaku tidak berdaya, karena hanya mempunyai pilihan untuk tinggal dan diam bekerja, atau memprotes dan berbicara keluar kemudian dipecat. Pabrik perusahaan yang dioperasikan oleh Pou Chen Group, sebuah perusahaan asal Taiwan ini telah memproduksi sepatu untuk Nike selama empat tahun terakhir. Pabrik ini mempekerjakan sekitar 10.000 pekerja yang didominasi oleh perempuan, yang menerima bayaran minim, makanan, dan barak untuk menginap, sementara atasan Nike Inc. menerima gaji bernilai ratusan ribu dollar.<sup>42</sup>

Laporan lain pada tahun 2011 datang dari pabrik PT Amara yang memproduksi produk Converse di mana terjadi penganiayaan yaitu supervisor dengan sengaja menjemur 6 orang pekerja perempuan mereka di bawah terik matahari saat mereka gagal menyelesaikan target 60 lusin sepatu di waktu yang telah ditentukan. Ketika 6 perempuan tersebut menangis, setelah dijemur selama 2 jam di bawah terik matahari, mereka kembali diizinkan untuk bekerja. Supervisor PT Amara sebenarnya telah mendapatkan surat peringatan dari serikat pekerja tentang peristiwa tersebut. Namun kasus yang sama terus berulang.<sup>43</sup>

Kondisi tersebut secara jelas menunjukkan pelanggaran terhadap Bab X Undang-Undang Republik Indonesia nomor 13 tahun 2003 tentang ketenagakerjaan yang mengatur mengenai perlindungan, pengupahan, dan kesejahteraan. Lingkungan kerja yang buruk, ditambah dengan upah minim dan akses terbatas terhadap pelayanan publik menjadikan tingkat kesejahteraan buruh minim. Pemerintah Indonesia seharusnya mampu mengakomodir permasalahan seperti ini, namun hingga saat ini tidak ada tindakan konkret yang menunjukkan penyelesaian masalah tersebut. Meskipun pemerintah sudah memperbolehkan gerakan pekerja atau buruh untuk memenuhi hak-haknya melalui dibentuknya UU nomor 21

---

<sup>42</sup> Djumena, Erlangga. 2011. *Nike Hadapi Dugaan Penganiayaan Buruh di Indoensia*. 14 Juli. <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2011/07/14/11355771/Nike.Hadapi.Dugaan.Penganiayaan.Buruh.di.Indonesia>.

<sup>43</sup> Megasari, D. (2011, Juli 14). *Nike Hdapi Dugaan Penganiayaan Buruh di Indonesia*. Retrieved Desember 12, 2017, from <https://ekonomi.kompas.com/read/2011/07/14/11355771/Nike.Hadapi.Dugaan.Penganiayaan.Buruh.di.Indonesia>

tahun 2000 tentang Serikat Pekerja/Serikat Buruh, namun dalam prakteknya gerakan-gerakan buruh yang ada tidak pernah secara signifikan mempengaruhi posisi pemerintah dalam menangani permasalahan eksploitasi yang di dalamnya terdapat penganiayaan terhadap buruh-buruh Indonesia yang bekerja di pabrik kontraktor Nike Inc..

Nike, sebagai pemilik merek Converse, mengakui bahwa kondisi-kondisi tersebut memang terjadi, tetapi menyatakan bahwa perusahaannya tidak bisa menghentikannya. Selain itu, merujuk laporan internal, perusahaan ini mengakui bahwa hampir dua pertiga dari 168 pabrik yang membuat produk-produk Converse di seluruh dunia gagal memenuhi standar yang ditetapkan Nike sebagai produsen kontrak, namun belum melakukan usaha yang konkret untuk memperbaiki kondisi pabrik.<sup>44</sup> Namun juru bicara Nike Inc. Maria Eitel mengklaim bahwa telah ada beberapa hal yang Nike Inc. lakukan untuk meminimalisir kegiatan yang berujung pada tindakan kekerasan dan eksploitasi di antaranya adalah dengan memberikan pelatihan khusus kepada para manajer dan memonitor perekrutan pegawai agar sesuai dengan standar panduan kebijakan yang dimiliki oleh perusahaan.<sup>45</sup>

### **Penyebab Eksploitasi Berlangsung Lama**

Pertama, semenjak awal strategi pemasaran Nike Inc. Inc. Adalah strategi akar rumput. Nike Inc. Inc. juga mensponsori atlet terkenal yang tidak hanya mahir dalam olah raga namun juga memiliki kepribadian yang baik dan inspiratif (semangat juang, rela berkorban, haus kemenangan). Dengan Nike Inc. Inc. mensponsori para atlet terkenal dan inspiratif tentu Nike Inc. tidak mengeluarkan biaya yang sedikit apalagi banyak dari para atlet yang di sponsori oleh mereka masuk dalam jajaran atlet terkenal dan terkaya di dunia. Selain itu Nike Inc. di kenal sebagai brand yang memproduksi barang yang terkenal akan performa dan inovasi teknologinya terutama untuk produk sepatunya. Dua hal ini melatarbelakangi dua hal berikutnya. Pertama, dengan para atlet mahal dan terkenal yang di sponsori oleh Nike Inc. membuat mereka menjual produknya dengan harga yang jauh lebih mahal dari para kompetitornya di dibandingkan dengan ongkos produksinya. Kedua, dengan produk yang baik dan standar yang tinggi membuat Nike Inc. memperluas produksinya untuk menekan biaya produksi agar menjadi semurah mungkin namun mendapatkan produk yang masih sesuai dengan standar mereka.

---

<sup>44</sup> *Ibid.*

<sup>45</sup> BBC News Asia-Pacific. 2001. *Nike Admits Abuse at Indonesia Plants*. 22 Februari. Diakses Januari 30, 2018. <http://news.bbc.co.uk/2/hi/asia-pacific/1184103.stm>.

Karena produksi murah tidak lagi bisa dilakukan di Amerika Serikat dan Eropa maka Nike Inc. memperluas jaringan produksinya ke Asia dengan tujuan mendapatkan bahan mentah yang murah serta tenaga kerja yang banyak dengan upah yang murah juga. Kegiatan produksi Nike Inc. di Asia yang pertama adalah di Jepang lalu disusul oleh Korea Selatan. Namun seiring waktu kebijakan di kedua negara tersebut dianggap tidak menguntungkan bagi Nike Inc. sehingga Nike Inc. memindahkan produksi mereka ke negara Asia lain dengan kebijakan yang longgar seperti RRT serta Taiwan dan juga Asia Tenggara termasuk ke Indonesia. Di Indonesia Nike Inc. mendapatkan keuntungan di mana mereka mendapatkan regulasi yang tidak ketat atau regulasi yang menguntungkan serta mendapatkan juga pekerja yang murah. Di Indonesia Nike Inc. dapat memproduksi barang tanpa harus mendirikan pabrik resmi mereka, karena di Indonesia produksi barang yang ada merupakan hasil dari pabrik subkontraktor yang bekerja sama dengan beberapa MNC lain untuk memproduksi barang-barang mereka termasuk produk Nike Inc. Dengan standar kerja Indonesia dan standar produk yang tinggi yang dimiliki Nike Inc. tidak jarang terjadi kekerasan oleh para supervisor pabrik yang menghukum para pekerjanya karena pekerjaan mereka tidak sesuai target dan produk yang dihasilkan tidak sesuai standar Nike Inc. Selain itu regulasi yang dibuat oleh pemerintah tidak mampu menyelesaikan kasus eksploitasi yang di mana regulasi yang ada masih cenderung pro investor asing yang dalam hal ini Nike Inc. Kemudahan mobilisasi Nike juga ditambah dengan longgarnya regulasi mengenai produk peralatan olahraga yang tidak seketat makanan serta obat-obatan dan regulasi pabean yang tidak terlalu ketat seperti produk pertanian dan alkohol. Di Indonesia sendiri pabrik-pabrik Nike Inc. didirikan di kawasan industri yang baru dikembangkan, yang di mana pemerintah setempat belum terbiasa menangani investor dan segala permasalahannya.

Kedua, berdasarkan paradigma strukturalisme dan *world system theory*, Nike Inc. sebagai sebuah perusahaan (MNC) *athletic sportswear* berskala global memanfaatkan globalisasi dan hubungan antar kelas dalam struktur global untuk mempertahankan usahanya dalam rangka menambah keuntungan yang kemudian dijadikan modal kembali untuk mengembangkan proses produksi. Sebagai bagian dari kelompok kapitalis, Nike Inc. selalu berorientasi pada akumulasi keuntungan yang kemudian akan mereka jadikan modal, sehingga dalam mengembangkan usahanya akan cenderung melakukan mekanisme pengurangan biaya produksi. Pengurangan biaya produksi tersebut dilakukan dengan mengeksploitasi sumber daya wilayah lain yang berupa bahan mentah dan tenaga kerja dalam jumlah banyak dengan upah yang murah. Indonesia sebagai negara berkembang menawarkan keuntungan tersebut, sehingga mendorong Nike Inc. membuka pabriknya pertama kali pada

tahun 1988, dan tetap mempertahankannya hingga tahun 2011. Berdasarkan laporan dari jurnalis dan NGO internasional pabrik Nike Inc. yang terkenal dengan istilah *sweatshop* ini mengeksploitasi buruh Indonesia dengan melakukan penganiayaan dan pelanggaran hak-hak buruh untuk memaksimalkan daya produksi serta melakukan pelanggaran terhadap undang-undang ketenagakerjaan. Kemudian adalah dengan adanya sistem *outsourcing* yang diatur dalam UU Ketenagakerjaan Tahun 2003 yang di mana dimanfaatkan oleh pabrik Nike Inc di Indonesia agar mereka tidak memiliki kewajiban untuk memenuhi hak-hak buruh seperti tunjangan dan asuransi kesehatan sehingga banyak dari supervisor pabrik bertindak semena-mena terhadap tenaga kerjanya.

Meskipun melanggar peraturan dan menyebabkan ketimpangan kelas, mekanisme eksploitasi ini dipertahankan karena melihat akumulasi keuntungan bagi perusahaan Nike Inc. yang berkolaborasi dengan kelompok kapitalis dan borjuis lain, dalam kasus ini adalah kelompok pengusaha dalam negeri dan pemerintah, yang juga mendapatkan keuntungan dari mekanisme tersebut. Kolaborasi kelompok kuat yang menyebabkan kelas buruh ini semakin tidak berdaya karena secara sistemik dihindarkan dari sumber-sumber kekuatan seperti modal dan pendidikan, dipertahankan melalui berbagai regulasi dan cara sehingga menyebabkan ketergantungan sepihak dari kelompok buruh yang akhirnya lebih membutuhkan keberadaan Nike Inc. dengan mekanisme eksploitasinya tersebut untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup. Ketergantungan ini menguntungkan bagi Nike Inc. karena dapat secara berkelanjutan di manfaatkan untuk menghemat biaya produksinya dan menambah keuntungannya di pasar global. Jadi pada intinya, mekanisme eksploitasi yang dilakukan oleh Nike Inc. beserta kelas kapitalis dan borjuis lainnya di Indonesia memang sengaja dipertahankan karena melihat keuntungan yang berujung pada akumulasi *capital* atau modal, yang memang merupakan orientasi utama kelompok kapitalis dalam sistem ekonomi dunia.

## Daftar Pustaka

- Austen, I. (2008, Februari 22). *Hockey Fan, and Investor, Buys Bauer From Nike*. Diambil kembali dari The New York Times:  
<http://www.nytimes.com/2008/02/22/business/22nike.html>

- Ballinger, J., & Olsson, C. (1997). *Behind The Swoosh*. Global Publ. Foundation. Diambil kembali dari <http://www.citinv.it/associazioni/CNMS/archivio/multinazionali/profilonike.html>
- BBC News Asia-Pacific. (2001, Februari 22). *Nike Admits Abuse at Indonesia Plants*. Dipetik Januari 30, 2018, dari <http://news.bbc.co.uk/2/hi/asia-pacific/1184103.stm>
- Brettman, A. (2013, Februari 2). *As Nike looks to expand, it already has a 22-building empire*. Diambil kembali dari The Oregonlive Website: [http://www.oregonlive.com/playbooks-profits/index.ssf/2013/02/as\\_nike\\_looks\\_to\\_expand\\_it\\_alr.html](http://www.oregonlive.com/playbooks-profits/index.ssf/2013/02/as_nike_looks_to_expand_it_alr.html)
- Cohn, T. H. (2003). *Global Political Economy : Theory and Practice* (2 ed.). New York: Addison Wesley Longman Inc.
- Connelly, L. (2013, Januari 23). *Bob Hurley: Success built on everyone's inner surfer*. Diambil kembali dari The OCR: <https://www.ocreger.com/2013/01/23/bob-hurley-success-built-on-everyones-inner-surfer/>
- Connor, T. (2011, November 14). *We Are Not Machines*. Diambil kembali dari [oxfam.org.au: http://www.oxfam.org.au/resources/filestore/originals/OAus-WeAreNotMachines-0302.pdf](http://www.oxfam.org.au/resources/filestore/originals/OAus-WeAreNotMachines-0302.pdf)
- Dezember, R., Banjo, S., & Terlep, S. (2012, Oktober 24). *After Umbro, Nike Turns to Cole Haan Sale*. Diambil kembali dari The Wall Street Journal: <https://www.wsj.com/articles/SB10001424052970203897404578076360671279662>
- Djumena, E. (2011, Juli 14). *Nike Hadapi Dugaan Penganiayaan Buruh di Indoensia*. Diambil kembali dari [kompas.com: http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2011/07/14/11355771/Nike.Hadapi.Dugaan.Penganiayaan.Buruh.di.Indonesia](http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2011/07/14/11355771/Nike.Hadapi.Dugaan.Penganiayaan.Buruh.di.Indonesia)

- Enderle, K. e. (2000, Maret 14). *Strategic Analysis of Nike, Inc.* Diambil kembali dari Condor Web Site: <http://condor.depaul.edu/aalmaney/StrategicAnalysisofNike.htm>
- Frieden, J. A., & Lake, D. A. (1996). *International Political Economy : Perspectives on Global Power and Wealth* (4 ed.). New York: Routledge.
- Gajimu Website. (2018, April 24). *Untung Rugi Sistem "Outsourcing"*. Diambil kembali dari [gajimu.com: https://gajimu.com/main/tips-karir/untung-rugi-sistem-201coutsourcing201d](https://gajimu.com/main/tips-karir/untung-rugi-sistem-201coutsourcing201d)
- Hughes, M. (2008, Januari 4). *Logos that became legends: Icons from the world of advertising.* Diambil kembali dari Independent: <https://www.independent.co.uk/news/media/logos-that-became-legends-icons-from-the-world-of-advertising-768077.html>
- Jakarta Globe. (2009, November 14). "While GLObal Recovery Sputters, Indonesia Strong, IMF Says". *Indonesia News and Views, Bi-Weekly Bulletin Issue 22*, hal. 3.
- Karmini, N., & Wright, S. (2011, Juli 13). *AP Exclusives : Nike Faces New Worker Abuse Claims.* Diambil kembali dari [www.boston.com: http://archive.boston.com/business/articles/2011/07/13/ap\\_exclusive\\_nike\\_faces\\_new\\_worker\\_abuse\\_claims/](http://archive.boston.com/business/articles/2011/07/13/ap_exclusive_nike_faces_new_worker_abuse_claims/)
- Locke, R. M., Qin, F., & Brause, A. (2007). Does Monitoring Improve Labor Standards? Lessons from Nike. *Industrial and Labour Relations Review*, 61, 7. Diambil kembali dari <http://www.jstor.org/stable/25249121>
- Megasari, D. (2011, Juli 14). *Nike Hdapi Dugaan Penganiayaan Buruh di Indonesia.* Dipetik Desember 12, 2017, dari <https://ekonomi.kompas.com/read/2011/07/14/11355771/Nike.Hadapi.Dugaan.Penganiayaan.Buruh.di.Indonesia>

- Nike completes Cole Haan sale.* (2013, Februari 4). Diambil kembali dari Portland Business Journal: [https://www.bizjournals.com/portland/blog/threads\\_and\\_laces/2013/02/nike-completes-cole-haan-sale.html](https://www.bizjournals.com/portland/blog/threads_and_laces/2013/02/nike-completes-cole-haan-sale.html)
- Nike Inc. (2018, February 1). *Nike Manufacturing Map*. Dipetik March 10, 2018, dari <http://manufacturingmap.nikeinc.com/>
- Nike Sepakat Perpanjang Kontrak.* (2007, Juli 31). Diambil kembali dari Tempo: <http://www.tempo.co.id/hg/ekbis/2007/07/31/brk,20070731-104694,id.html>
- Pangaribuan, J. (2012, Februari 27). *Legalitas Outsourcing Pasca Putusan MK*. Diambil kembali dari <http://www.hukumonline.com>: <http://www.hukumonline.com/berita/baca/lt4f4b372fe9227/legalitas-ioutsourcing-i-pasca-putusan-mkbr-oleh--juanda-pangaribuan>
- Parker, M. (2007, November 15). *Nike unloads Starter for \$60M*. Diambil kembali dari Biz Journals Website: <https://www.bizjournals.com/portland/stories/2007/11/12/daily22.html>
- Partlow, J. (2003, July). *Nike Drafts An All Star*. Diambil kembali dari The Washington Post Website: <https://www.washingtonpost.com/>
- Plato Stanford Website. (2016). *platosatnford.edu*. Dipetik January 1, 2017, dari [plato.stanford.edu: https://plato.stanford.edu/entries/exploitation/](https://plato.stanford.edu/entries/exploitation/)
- Pontoh, C. H. (2011, Juni 18). *Kelas Dan Perjuangan Kelas Dalam Manifesto Komunis*. Diambil kembali dari indoprogress.com: <https://indoprogress.com/2011/06/kelas-dan-perjuangan-kelas-dalam-manifesto-komunis/>
- Porter, J., Harris, M., & Yeung, G. (2002). Nike. *Management 296 – International Business Management*.
- Putra, R. I. (2016, Januari 22). *Sejarah Berdirinya Nike*. Diambil kembali dari Izay Biografi Web Site: <https://www.izaybiografi.com/2016/01/sejarah-berdirinya-nike.html>

- Skarbek, D. (2011, November 18). *Sweatshops, Opportunity Costs and Non-Monetary Compensation : Evidence from El Salvador*. Diambil kembali dari [www.davidskarbek.com](http://www.davidskarbek.com):  
<http://www.davidskarbek.com/uploads/SweatshopsElSalvador.pdf>
- sneakers.co.id. (2016, September 22). *Sejarah Perkembangan Brand Nike*. Diambil kembali dari Sneakers: <http://www.sneakers.co.id/sejarah-brand-nike/>
- Stevens, S. (2012, Desember 3). *Nike completes Umbro sale to Iconix*. Diambil kembali dari Portland Business Journal:  
[https://www.bizjournals.com/portland/blog/threads\\_and\\_laces/2012/12/nike-completes-umbro-sale-to-iconix.html](https://www.bizjournals.com/portland/blog/threads_and_laces/2012/12/nike-completes-umbro-sale-to-iconix.html)
- Suprpto, H., & Setyo, E. (2013). *Nike Relokasi Pabrik Dari China*. Diambil kembali dari vivanews.com: [http://bisnis.vivanews.com/news/read/100678-nike\\_relokasi\\_pabrik\\_dari\\_china](http://bisnis.vivanews.com/news/read/100678-nike_relokasi_pabrik_dari_china)