

BAB III

ANALISIS KOLABORASI ILO DAN H&M DALAM UPAYA MEMENUHI HAK PEKERJA FAST FASHION DI BANGLADESH

Pada bagian ini penulis akan menjelaskan studi kasus dan menjabarkan analisa strategi dari kolaborasi yang dilakukan oleh ILO dan H&M dalam mengatasi isu hak pekerja *fast fashion* di Bangladesh. Terciptanya kolaborasi antara kedua belah pihak didasari oleh tujuan yang sama meskipun kedua aktor merupakan dua lembaga yang berbeda yakni mengatasi permasalahan hak pekerja *fast fashion*. Bab ini akan membahas bagaimana upaya ILO dan H&M sebagai dua aktor yang berbeda, menyatukan upayanya dalam kolaborasi untuk mencapai tujuan bersama.

Keck dan Sikkink (1998). menentukan empat jenis strategi yang digunakan oleh aktor-aktor jaringan advokasi internasional dalam mencari dukungan dan pengaruh atas isu yang diusung. Strategi tersebut meliputi strategi politik informasi, politik simbolik, politik pengaruh, dan akuntabilitas politik.

Bagian pertama akan menjelaskan tentang strategi ILO dan H&M melalui strategi informasi politik yang mana bagian ini juga akan membahas media informasi politik yang digunakan untuk memperluas advokasi. Bagian kedua akan membahas kolaborasi kedua aktor tersebut dengan strategi politik simbolik. Bagian ketiga adalah bagian penjelasan dari strategi politik pengaruh.

A. Strategi Informasi Politik Kolaborasi ILO dan H&M

Keck dan Sikkink menjabarkan strategi informasi politik sebagai kemampuan aktor untuk mentransfer informasi yang berbentuk dalam analisa dan data riset sebagai alat dalam advokasi dan kampanye isu yang diusung. Kemampuan dalam

mengumpulkan informasi secara cepat penting untuk mendapatkan kontrol dan memiliki dampak advokasi yang lebih luas. Media massa merupakan salah satu elemen pendukung yang vital dalam politik informasi sebagai wadah dalam penyiaran alias dan data riset yang jaringan advokasi miliki.

Tujuan dari kolaborasi ILO dan H&M adalah mengupayakan perbaikan hak pekerja *fast fashion* di Bangladesh, sehingga tujuan advokasi dari kolaborasi ILO dan H&M mempunyai tujuan umum untuk menarik dan meyakinkan aktor dari kalangan perusahaan ritel dan *stake holder* untuk tergerak dalam memperbaiki hak pekerja pada level produksi dalam sistem *global supply chain* mereka. Meski demikian, ILO dan H&M tidak menutup akses informasi advokasi terhadap individu atau pada masyarakat internasional. ILO dan H&M juga mempunyai media sebagai bahan edukasi akan hak-hak pekerja terhadap masyarakat internasional.

Menurut Keck dan Sikkink, proses terjadinya pertukaran informasi banyak yang terjadi secara informal melalui media massa, panggilan telepon, email, fax, booklet, pamflet dan buletin. Media massa sendiri dibagi menjadi media tradisional dan non-tradisional. Media tradisional yaitu mencakup televisi, koran, radio, dan majalah. Sementara itu, media non-tradisional mengacu pada bentuk media digital misalnya iklan online (penargetan ulang dan iklan banner), streaming online (radio dan televisi) dan juga media sosial (Christian, 2014).

Di bawah ini adalah contoh media tradisional yang digunakan oleh ILO dan H&M untuk mencapai tujuan advokasi melalui strategi informasi politik:



Gambar 3. 1 Booklet informasi ILO mengenai perlindungan hak pekerja

Sumber: International Labour Organization website
https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/WCMS_628674/lang-en/index.htm



Gambar 3. 2 Selebaran H&M tentang Ethical Production
 Sumber: <https://strictlynadine.com/2015/04/23/happy-earth-day-hm-conscious-closet-exclusive/>

Konten dari *booklet* dan selebaran diatas merupakan informasi yang menyangkut hak pekerja dimana sasaran dari muatan informasi tersebut lebih mengarah sebagai media edukasi untuk individu dan masyarakat internasional. Sementara itu dalam menysasar perusahaan ritel dan *stake holders*, kolaborasi ILO dan H&M melalui strategi informasi politik lebih banyak menggunakan laporan program tahunan

untuk menyampaikan advokasinya. Berikut ini adalah contoh *booklet* laporan program tahunan dari H&M:



Gambar 3. 3 Booklet laporan tahunan H&M
(Sustainability Report)

Sumber: https://studiobon.com/app/uploads/2017/08/1508_Studio_Bon41145.jpg

Laporan tahunan dianggap sebagai media untuk memberi informasi bahwa upaya pemenuhan hak pekerja *fast fashion* bukan hal yang tidak bisa dilakukan. Hal ini juga sejalan dengan tujuan besar kolaborasi ILO dan H&M yang ingin menciptakan model positif bagi perusahaan ritel *fast fashion* yang lain untuk mengikuti jejak dalam melakukan upaya pemenuhan hak- hak pekerja *fast fashion* di Bangladesh.

Pada penelitian kali ini penulis melihat adanya pertukaran informasi yang dilakukan oleh ILO dan H&M tidak hanya terbatas pada media tradisional seperti *booklet* dan selebaran (*leaflet*). Dalam rangka mencakup ruang persebaran advokasi yang lebih luas secara geografis atau sosial, ILO dan H&M juga menggunakan teknologi sebagai media untuk menyebarkan informasi. Persebaran melalui sosial media dianggap sebagai cara yang efektif karena tingkat interaksi masyarakat terjadi secara intens di sosial media. Beata Bialy menyatakan sebagai berikut:

“Social media has also become an excellent channel to mobilize support and disseminate narratives. States and non-states

actors have started to extensively use social media to influence perception, beliefs, opinions and behaviors of their target audiences.” (Bialy, 2017).

Efektivitas sosial media sebagai media untuk persebaran informasi didukung oleh *Agenda-Setting Theory Of Media* yang menyatakan bahwa isu-isu yang mendapat perhatian paling besar dari media (baik media tradisional maupun media baru) kemudian menjadi isu-isu yang dibicarakan, diperdebatkan, dan dituntut oleh publik (Mccombs, 2011). Hal ini menunjukkan bahwa menariknya suatu isu menentukan keberadaan posisi suatu isu pada agenda publik yang akan mempengaruhi pembuatan kebijakan publik. Dengan demikian, media mempunyai mempunyai hubungan dengan agenda politik yang menjadi salah satu dari tujuan advokasi yang dilakukan oleh aktor advokasi.

Melalui media sosial Twitter, ILO dan H&M menggunakan strategi informasi politik untuk memberikan informasi seputar upaya yang mereka lakukan untuk memenuhi hak pekerja *fast fashion* di Bangladesh. Interaksi yang terjadi di sosial media menjadi tanda bahwa strategi informasi politik membawa kontribusi bagi ILO dan H&M dalam menyebarkan advokasinya. Dibawah ini adalah beberapa respon dan interaksi dalam menanggapi program kolaborasi ILO dan H&M dalam mengupayakan hak-hak pekerja *fast fashion* di Bangladesh melalui media Twitter:



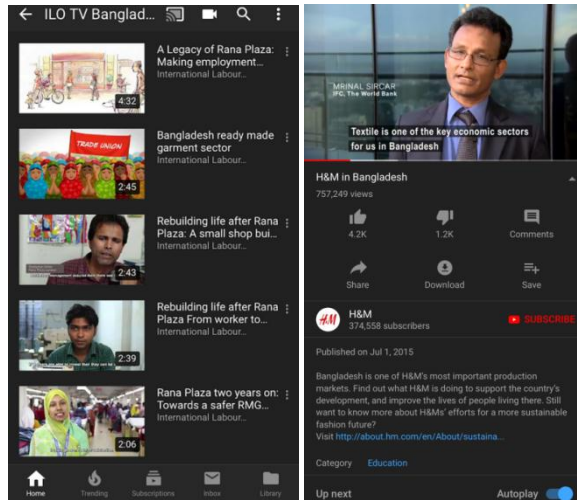
Gambar 3. 4 Interaksi terhadap program ILO dan H&M untuk memenuhi hak pekerja di media Twitter

Sumber: <https://twitter.com/search?q=ILO%20bangladesh%20social%20dialogue&src=typd>

Dari gambar diatas, penulis melihat apresiasi yang datang dari kalangan *stake holders*. Pesan yang diunggah oleh Rafika Hayta yang merupakan duta besar Denmark untuk Bangladesh mengungkap apresiasi atas program kolaborasi ILO dan H&M “*Social Dialogue*” untuk meningkatkan taraf hidup pekerja industri tekstil di Bangladesh.

Sehubungan dengan sasaran advokasi secara individu, ILO dan H&M juga memanfaatkan perkembangan teknologi seperti *website* dan media sosial youtube untuk menyebarkan informasi pemenuhan hak pekerja *fast fashion* di Bangladesh.

Dibawah ini adalah akun youtube ILO dan H&M:



*Gambar 3. 5 Akun youtube ILO dan H&M
Sumber: <https://www.youtube.com/user/ILOTV> &
<https://www.youtube.com/user/hennesandmauritz>*

Media youtube merupakan media persebaran informasi yang memuat informasi dalam bentuk visual. Penggunaan media youtube merupakan strategi dalam menyampaikan informasi secara aktual karena sasaran advokasi dapat menilai keadaan yang sesungguhnya melalui tampilan video.

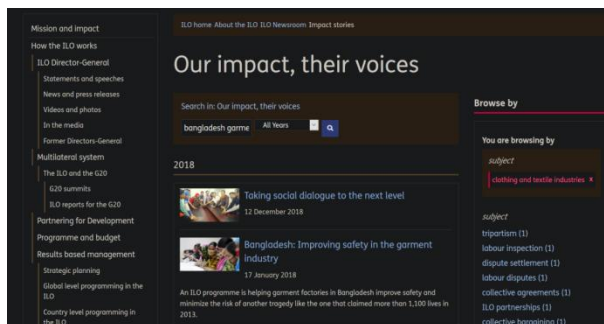


Gambar 3. 6 Website berita ILO

Sumber : https://www.ilo.org/newyork/news/WCMS_408360/lang--en/index.htm

Media seperti *website* juga merupakan media yang vital dalam strategi informasi politik yang dilakukan oleh ILO dan H&M. Informasi yang dimuat di *website* meliputi laporan tahunan, berita, testimoni, dan informasi lain seputar program dan perkembangannya. Menyediakan berita dari orisinil merupakan suatu usaha untuk membatasi pemerintah dalam memonopoli aliran informasi (Margaret E. Keck, 1998, p. 21)

Keck dan Sikkink juga menjabarkan bahwa aktor advokasi juga harus memberikan kesaksian penting dalam melakukan strategi politik informasi mereka. Tujuannya adalah memperjelas dan memperkuat pesan yang mereka advokasikan (Margaret E. Keck, 1998, p. 19). Mengenai kesaksian, pada kolaborasi ILO dan H&M menyediakan untuk menyiarkan tertismonni tentang pemenuhan isu hak pekerja utamanya pada sektor industri tekstil dan *fast fashion*.



Gambar 3. 7 Testimoni yang disediakan oleh ILO melalui website

Sumber: <https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/features/lang--en/index.htm>

Kesaksian di atas menunjukkan bahwa ILO dan H&M memperhatikan aspek penting dalam strategi informasi politik. Dengan menyediakan kesaksian, ILO dan H&M menasar pada kepercayaan target advokasi dalam usaha mereka menperjuangkan hak pekerja *fast fashion* di Bangladesh.

Penggunaan strategi politik informasi jaringan advokasi transnasional tidak hanya menggunakan media tradisional dan media non-tradisional dengan menggunakan situs web dan media sosial sebagai cara untuk menyebarkan informasi dan mengundang perhatian internasional untuk turut menaruh perhatian pada usaha pemenuhan hak pekerja *fast fashion* di Bangladesh. Dengan kata lain, Keck dan Sikkink (1998) melihat media sosial sebagai mitra penting dalam politik informasi jaringan advokasi.

B. Politik Simbolik ILO dan H&M Dalam Meningkatkan Hak Pekerja Fast Fashion Di Bangladesh

Simbol dan fenomena sosial saling terkait satu sama lain. Keck dan Sikkink juga melihat politik simbolik sebagai

bagian dari strategi dari aktor advokasi yang bertujuan untuk mendapatkan partisipasi dari target advokasi terhadap isu-isu tertentu. Untuk bersatu dengan beragam target sasaran advokasi, aktor advokasi dalam konsep jaringan advokasi transnasional menggunakan simbol, aksi, peristiwa, dan cerita yang dapat menciptakan kesadaran dan memperluas pengaruh (Margaret E. Keck, 1998, p. 22). Dari pernyataan di atas, penelitian ini melihat bahwa politik simbolik sangat penting untuk diimplementasikan sebagai salah satu strategi oleh ILO dan H&M pada jaringan advokasinya.

Berdasarkan parameter politik simbolik yang diberikan oleh Keck dan Sikkink, ada satu simbol signifikan yang dapat ditemukan dalam kolaborasi ILO dan H&M. Dalam penelitian kali ini, penulis tidak menemukan aksi spesifik yang berbentuk kampanye maupun pembuatan slogan dalam kolaborasi ILO dan H&M. Kolaborasi ILO dan H&M didominasi oleh pelaksanaan program yang langsung menasar pada target advokasi. Politik informasi yang dilakukan ILO dan H&M di sosial media juga didominasi dengan pembagian informasi tentang program – program kolaborasi dan tidak memuat simbol dalam bentuk hashtag maupun slogan tertentu.

Simbol politik yang dapat penulis implikasikan dari kolaborasi ILO dan H&M adalah melalui pembawaan tragedi Rana Plaza. Bangladesh tercatat sebagai negara kedua terbesar sebagai penghasil *ready garment made* di dunia. Sebesar 81% ekspor Bangladesh hanya berasal dari sektor RMG dan memberikan kontribusi sekitar 20% terhadap PDB Bangladesh. Ironi dari fakta tersebut adalah tingkat pelanggaran terhadap hak pekerja di Bangladesh tercatat sangat tinggi dan masuk pada tahap yang memprihatinkan. Tragedi Rana Plaza di Bangladesh merupakan peristiwa yang merubah posisi isu *fast fashion* menjadi isu yang diperhitungkan di era global.

Tragedi Rana Plaza merupakan suatu indikator besar dalam perancangan pembuatan program pada kolaborasi ILO dan H&M. Dalam konteks strategi simbolik yang dilakukan pada kolaborasi ILO dan H&M, tragedi Rana Plaza ‘dirayakan’ setiap tahun. ‘Perayaan’ pada konteks isu ini merupakan suatu bentuk peringatan dan menjadi penggugah kesadaran target advokasi untuk memperjuangkan hak pekerja *fast fashion* di Bangladesh melalui penggambaran tragedi yang menewaskan 1.135 nyawa tersebut.

Pada perspektif strategi simbolik, ILO dan H&M setiap tahunnya menerbitkan berita peringatan (*commemoration*) sebagai media kilas balik dan laporan perkembangan dalam perbaikan hak pekerja *fast fashion* di Bangladesh melalui media *website* ILO setiap tanggal 24 April. Secara kronologis pada tahun 2014 ILO merilis *press release* yang bertajuk “*Garment Industry in Bangladesh: One Year After Rana Plaza: Progress and the Way Forward*”. Tahun 2015 ILO merilis pernyataan dengan tajuk “*Remembering Rana Plaza: The Road Ahead*”, tahun 2016 ILO mengunggah *newsletter* khusus untuk menandai peringatan tiga tahun peringatan tragedi. Pada tahun 2017, ILO kembali merelase kilas balik tragedi Rana Plaza dengan tajuk “*The Rana Plaza Accident and its Aftermath*”, dimana satu tahun setelahnya ILO merilis dokumen pertemuan dan membawakan tragedi Rana Plaza pada ranah public melalui konferensi dengan tajuk “*Discussion of the Reports of the Director-General and the Chairperson of the Governing Body*” (2018). Perayaan terbaru pada tahun 2019 ILO juga merayakan peringatan atas tragedi Rana Plaza melalui *press release* dengan tajuk “*Rana Plaza Anniversary: Enforce Building Code For All Public Establishments*”.

Dampak dari adanya peringatan tahunan Rana Plaza oleh ILO dan H&M telah memberi dampak pada tergeraknya pemerintah Bangladesh untuk menggelar sejumlah aktivitas penghargaan dan peringatan hak asasi pekerja. Menandai tiga

tahun setelah tragedi tersebut pemerintah Bangladesh secara resmi untuk pertama kali memperingati World Day for Safety and Health at Work pada bulan April, bulan dimana tragedi Rana Plaza terjadi (ILO, 2016).

Tragedi Rana Plaza menjadi simbol bahwa isu hak pekerja *fast fashion* di Bangladesh sudah menjadi sebuah urgensi untuk ditangani dan terus dipantau dalam perkembangannya. Banyaknya korban jiwa pada tragedi Rana Plaza juga menyiratkan bahwa tingkat penghargaan terhadap hak asasi pekerja di Bangladesh masih sangat lemah, terutama pada industri yang menjadi tulang punggung pendapatan negara tersebut. Selain itu, dengan mengungkit tragedi Rana Plaza setiap tahunnya sebagai strategi simbolik politik juga menjadi media bagi ILO dan H&M dalam mengekspresikan posisi dan komitmen mereka terhadap isu pemenuhan hak pekerja *fast fashion* di Bangladesh.

C. Politik Pengaruh Kolaborasi ILO dan H&M Dalam Meningkatkan Hak Pekerja Fast Fashion Di Bangladesh.

Politik pengaruh merupakan kemampuan dalam penggunaan aktor-aktor yang memiliki posisi lebih kuat dalam struktur untuk dapat mempengaruhi sasaran. Politik pengaruh dilakukan dalam keadaan posisi anggota jaringan lebih lemah dan memiliki sedikit pengaruh (Margaret E. Keck, 1998, pp. 23-24). Perubahan kebijakan akan cenderung mungkin terjadi ketika ada tekanan dan bujukan dari lebih kekuatan yang lebih kuat.

Keck dan Sikkink (1998) mengklasifikasikan dua jenis politik pengaruh dalam jaringan advokasi transnasional. Politik pengaruh dapat dilihat dari kacamata materi dan moral. Pengaruh material didefinisikan sebagai bentuk pengaruh yang berkaitan dengan dukungan keuangan atau barang, dan kesempatan untuk memberikan suara pada forum internasional dan keuntungan-keuntungan lainnya.

Sementara itu, pengaruh moral dapat didefinisikan sebagai "mobilisasi rasa malu" (*mobilization of shame*) yang mempunyai tujuan untuk membentuk stereotipe dan stigma bagi target advokasi yang kemudian strategi pengungkitan moral bisa menjadi tekanan bagi pelaku yang ditargetkan. Dengan demikian, tekanan tersebut akan menempatkan isu pada diskusi baik di forum domestik maupun internasional.

ILO sebagai organisasi internasional berbasis pemerintah dinilai sudah memiliki kekuatan yang cukup untuk mempengaruhi kebijakan suatu negara. Meski demikian, dalam konsep jaringan advokasi internasional strategi politik pengaruh mempunyai tujuan untuk membentuk *allies* (sekutu) untuk memperluas jaringannya dan dapat memberi pengaruh yang lebih kuat dalam menjalankan advokasinya. Hal ini sejalan dengan salah satu tujuan besar yang ingin dicapai dari kolaborasi antara ILO dan H&M yaitu menciptakan aliansi global (*forces*) untuk mengatasi isu hak pekerja pada industri *fast fashion* di Bangladesh. (ILO, 2014). Aliansi yang dimaksud mentargetkan keterlibatan berbagai aktor baik dari pemerintah dan non-pemerintah.

Isu hak pekerja *fast fashion* di Bangladesh telah dinilai sebagai bentuk perbudakan modern. Perbudakan modern dalam sistem *global supply chain fast fashion* disebabkan oleh faktor sumber daya manusia yang menjadi pekerja pada industri ini didominasi oleh pekerja yang memiliki tingkat pendidikan yang rendah sehingga sangat rentan untuk dieksploitasi karena tidak mengetahui hak-hak dasar yang seharusnya mereka dapatkan sebagai pekerja. Perlindungan terhadap pekerja menjadi sulit dan lemah karena pekerja tidak mempunyai kuasa dan lebih mementingkan pemenuhan kebutuhan sehari-harinya.

Faktor tersebut merupakan landasan dasar dari kolaborasi ILO dan H&M dalam merancang program untuk meningkatkan hak asasi pekerja *fast fashion* di Bangladesh.

ILO dan H&M membentuk program inisiatif pelatihan pekerja industri *fast fashion* di Bangladesh (*Skill Training Initiative for Garment Work in Bangladesh*). Program tersebut juga merupakan suatu bentuk komitmen dalam mendukung Business Call Action (BCtA), sebuah inisiatif global yang bertujuan untuk mempercepat program Tujuan Pembangunan Milenium PBB (UN's Millenium Development Goals) (Rayapura, 2014).

Program pelatihan pekerja ini mempunyai tujuan untuk meningkatkan level pelatihan dan memberikan sertifikasi kepada pekerja *fast fashion* di Bangladesh melalui sektor pelatihan dan pendidikan. Pelatihan ini juga dirancang untuk membantu meningkatkan produktivitas, serta kemampuan kerja terampil dalam jangka waktu yang panjang pada industri *fast fashion*. Dalam upaya untuk meningkatkan perolehan hak pekerja *fast fashion* di Bangladesh melalui pelatihan kerja, ILO dan H&M berkolaborasi mendirikan The Center of Excellence for Bangladesh Apparel Industry (CEBAI) pada tahun 2014. (ILO, 2014)

Diresmikan oleh Perdana Menteri Sheikh Hasina pada 7 Desember 2014, CEBAI merupakan balai kerja di bawah manajemen Bangladesh Garment Manufacture and Exporters Association (BGMEA) dengan dukungan dan pengawasan langsung dari ILO, H&M, dan SIDA (Swedish International Development Agency). CEBAI terletak di Kota Ashula, sebuah area utama produsen *Ready-Made Garment* di Bangladesh. (ILO, 2017)

CEBAI mempunyai lembaga riset dan pengembangan dalam industri RMG yang berbasis di Universitas Dhaka dan Universitas 'North South' untuk mengoordinasikan penelitian dan pengembangan pada sektor *Ready-Made Garment* (RMG). CEBAI memfasilitasi pekerja dengan pengenalan Pelatihan Berbasis Kompetensi atau *Competitions Based Test* (CBT) dalam industri *fast fashion*. Untuk mendukung pelatihan

tersebut, CEBAI juga mengembangkan kurikulum dan materi pembelajaran yang komprehensif. Pelatihan CBT dirancang untuk memenuhi kebutuhan industri RMG pada saat ini dan masa depan. Pelatihan ini juga bertujuan mempersiapkan pekerja untuk menjadi lebih produktif di tempat kerja sehingga mereka bisa mendapatkan peluang kerja dan upah yang lebih tinggi (ILO, 2014).



Gambar 3. 8 Aktivitas pelatihan di CEBAI

Sumber: ILO https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-dhaka/documents/publication/wcms_629337.pdf

Bangladesh Garment Manufactures and Eksporters Association dan SIDA diidentifikasi sebagai aktor yang memiliki pengaruh dari sector aktor formal yaitu pemerintahan yang mana mempunyai pengaruh besar dalam pembuatan kebijakan dan perubahan. Kolaborasi ILO dan H&M mampu melibatkan partisipasi pemerintah Bangladesh melalui Bangladesh Garment Manufactures and Eksporters Association atau asosiasi garmen untuk dapat terlibat sebagai manajemen dalam proyek ini.

Asosiasi ini bertanggung jawab untuk mengkoordinasi seluruh kegiatan di CEBAI dan juga bertanggung jawab untuk mengelola data informasi pasar tenaga kerja untuk memperkuat pemenuhan hak pekerja. Sementara itu SIDA merupakan agensi pemerintah Swedia yang bergerak dalam bantuan pendanaan untuk program-program kemanusiaan. SIDA juga berperan dalam penyebaran jejaring dengan LSM,

dalam kerja sama multilateral antar negara, dan juga mempunyai hubungan erat dengan Uni Eropa (SIDA). SIDA mendukung lebih dari 2.000 proyek di lebih dari 100 negara, dan CEBAI merupakan salah satu program yang masuk dalam dukungan. Dalam program ini, SIDA berperan sebagai sumber pendanaan bagi program pelatihan pekerja *fast fashion* yang digagas oleh kolaborasi ILO dan H&M di Bangladesh.

Mengukur keberhasilan kolaborasi ILO dan H&M melalui pendirian balai kerja, ILO mempublikasikan beberapa prestasi hasil dari program yang dioperasikan dalam CEBAI sebagai berikut:



Gambar 3. 9 Pencapaian Cebai

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa melalui pendirian balai kerja untuk pekerja fast fashion di Bangladesh membawa dampak naiknya kesejahteraan pekerja. Peningkatan terlihat dari berbagai sektor mulai dari aktivitas proyek pekerja, pelatihan kerja bagi penyandang kekurangan,

inovasi pelatihan berbasis teknologi bagi pekerja, dan seterusnya.

Faktor rendahnya tingkat pendidikan dan pengetahuan pekerja akan hak – haknya selama bekerja menyebabkan ketidakberdayaan pekerja dalam menyuarakan hak asasi pekerja yang seharusnya mereka dapatkan. Faktor ini juga yang mendasari program kedua dari kolaborasi ILO dan H&M sebagai penghubung pihak pekerja dengan pihak pembuat kebijakan melalui program Dialog Sosial (*Social Dialogue*). Program dialog sosial merupakan bagian dari program Relasi Industri yang mana merupakan suatu program untuk memperdalam hubungan dan komunikasi antara perusahaan ritel, produsen, dan pekerja untuk dapat bekerja sama dengan skema yang lebih adil dan transparan.

Relasi Industri merupakan suatu bentuk politik pengaruh yang dilakukan oleh ILO dan H&M. Relasi Industri melibatkan perjanjian kerjasama dengan IndustriALL Global Union dan termasuk dalam program dari anak organisasi ILO, Better Work. Better Work merupakan anak organisasi ILO yang secara khusus mendukung program pemenuhan hak asasi pekerja terutama pada industri tekstil. Better Work sendiri didanai oleh The World Bank (Better Work, 2014). Sementara itu, IndustriALL Global Union merupakan serikat kerja yang mewakili 50 juta pekerja dari 140 negara dalam sektor pertambangan, energi dan manufaktur (IndustriALL, 2013). The World Bank sendiri memiliki 189 negara anggota, dengan staff dari 170 negara dan 130 kantor di berbagai belahan dunia.

IndustriALL dinilai sebagai penyatu kekuatan dalam solidaritas global untuk mewujudkan kondisi kerja yang lebih baik di seluruh dunia. Kekuatan representatif yang dimiliki The World Bank dan serikat pekerja IndustriALL di 140 negara memungkinkan advokasi dalam memperbaiki hak-hak

pekerja di Bangladesh yang diusung oleh kolaborasi ILO dan H&M tersampaikan secara global.

Dialog sosial dilihat sebagai mekanisme yang paling efisien untuk meningkatkan kondisi kerja dan keadilan sosial. Peningkatan kondisi kerja dinilai dapat terlaksana dengan keterlibatan perusahaan ritel untuk meningkatkan hubungan manajemen pekerja di Bangladesh (ILO, 2016).

Sistematika pelaksanaan Dialog Sosial adalah melalui pemilihan secara perwakilan yang dipilih secara demokratis dari setiap perusahaan produsen *fast fashion*. Representatif akan berkumpul untuk melakukan diskusi. Program Dialog sosial tercatat melibatkan 60 pabrik setiap tahun dengan durasi program selama 3-4 bulan. Lebih dari 1000 perwakilan pekerja dan 450 telah melaksanakan dialog sosial dari kolaborasi ILO dan H&M (Granath, 2016).

Dari kalangan organisasi non-pemerintah internasional (INGO) kolaborasi ILO dan H&M melibatkan Shift. Shift merupakan organisasi non-pemerintah yang bergerak dalam penanganan isu hak asasi manusia pada dunia kerja. Bentuk kolaborasi adalah program Fair Living Wage Strategy yaitu sebuah strategi untuk menaikkan standar gaji pekerja *fast fashion* di Bangladesh (Shift, 2014).

“We developed our global Fair Living Wage Strategy in 2013 with guidance from multiple experts, trade-unions and NGOs. The strategy focuses on governments, factory owners, our own purchasing practices and most crucially, workers. The strategy is both interlinked with and dependent on well-functioning industrial relations, including collective bargaining. Therefore, it is crucial for all parties involved to work together for the strategy to really come to life.” -The H&M Group Sustainability Report 2017 (ibid)



*Gambar 3. 10 Skema kerja sama Shift bersama ILO dan H&M melalui program Fair Living Wage
Sumber: Shift*

Skema program Fair Living Wage Strategy melibatkan banyak stake holders dan pihak yang berwenang dan juga melibatkan program-program kolaborasi ILO dan H&M yang lain yaitu melalui Dialog Sosial untuk dapat mencapai kesepakatan kenaikan upah dan kondisi pekerja lainnya. Dengan demikian dapat terlihat bahwa program yang dirancang oleh ILO dan H&M melibatkan banyak pihak merupakan suatu strategi memperluas pengaruh dan menysasar pada target advokasinya.

Keberadaan aktor-aktor baik dari sektor pemerintah maupun non-pemerintah ini semakin memperkuat jejaring advokasi dari kolaborasi ILO dan H&M dalam upaya memperbaiki hak-hak pekerja *fast fashion* di Bangladesh. Secara alamiah, tekanan yang datang dari aktor terkemuka membuat pemerintah berusaha untuk meningkatkan upaya pemerintah Bangladesh dalam meningkatkan perlindungan terhadap hak-hak pekerja *fast fashion* di Bangladesh. Selain itu, keberadaan aktor yang kuat memicu pertumbuhan beberapa program besar terkait dengan pemenuhan hak pekerja *fast fashion* di Bangladesh. Di bawah ini adalah

dampak dari kolaborasi ILO dan H&M dalam meningkatkan hak pekerja *fast fashion* di Bangladesh berdasarkan analisis dari penelitian ini.

Tabel 3. 1 Analisis Kolaborasi ILO dan H&M berdasarkan Keck dan Sikkink

Strategi	Media	Target Advokasi	Dampak
Informasi Politik	Media Tradisional (Booklet, Leaflet, Koran)	Individu, perusahaan ritel, stake holders	1. Penetapan hukum yang berhubungan dengan perlindungan hak pekerja 2. Penetapan agensi pemerintah yang khusus menjalankan usaha peningkatan hak pekerja 3. Peningkatan kesadaran dan partisipasi dari perusahaan ritel stakeholder
	Media Digital (Website, sosial media)	Individu, perusahaan ritel, stake holders	
Politik Simbolik	Cerita (Tragedi Rana Plaza)	Perusahaan ritel dan stakeholders	
Politik Pengaruh	IGO (The World Bank, IndustriALL Global Union)	Perusahaan ritel dan stake holders	
	NGO (Shift)		
	Agensi Pemerintah(SIDA)		

Pertama, kolaborasi ILO dan H&M turut berpartisipasi dalam dorongan untuk pemerintah Bangladesh dalam mengesahkan kesepakatan Bangladesh Safety and Fire Accord yaitu kesepakatan yang mengatur tentang standar keamanan gedung produksi. Selanjutnya, kolaborasi ILO juga mendorong pengesahan Bangladesh Labour Rules 2015. Bangladesh Labour Rules merupakan hukum legal tentang

perlindungan hak pekerja terutama pembaharuan pada sektor keamanan, waktu bekerja, dan aspek-aspek yang belum ada pada hukum pekerja Bangladesh sebelumnya. Pemerintah Bangladesh mendapat tekanan dari berbagai pihak dan salah satunya adalah dari ILO dan H&M yang berusaha memperbaiki hak pekerja *fast fashion* di negara tersebut.

Kedua, kolaborasi ILO dan H&M juga berhasil mendorong pemerintah Bangladesh untuk membentuk agensi pemerintah Bangladesh Garment Manufactures and Eksporters Association, sebuah asosiasi yang bertugas untuk menjalankan balai pelatihan kerja yang didirikan oleh ILO dan H&M dengan dukungan SIDA untuk turun langsung dalam menangani isu pekerja *fast fashion*. Kolaborasi ILO dan H&M juga berhasil melibatkan partisipasi dari Organisasi Internasional non-pemerintah seperti Shift, agensi pemerintah seperti SIDA, Organisasi Internasional berbasis Pemerintah seperti The World Bank dan IndustriALL Global Union, dan juga *stake holder* (Pemerintah Bangladesh).

Mengenai partisipasi perusahaan ritel, kolaborasi ILO dan H&M juga menginspirasi pembaharuan penandatanganan kerjasama perusahaan *fast fashion* terbesar di dunia Inditex dengan ILO untuk meningkatkan upaya dalam perlindungan hak pekerja. Sinergi dari aktor-aktor tersebut menunjukkan bahwa kolaborasi ILO dan H&M telah meningkatkan tren perubahan untuk memperbaiki hak pekerja *fast fashion* di Bangladesh.