
KOLABORASI INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION (ILO) DAN HENNES&MAURITZ (H&M) DALAM UPAYA PEMENUHAN HAK PEKERJA FAST FASHION DI BANGLADESH

Dian Setyoningrum

¹International Relations Department, Social & Political Science Faculty, Muhammadiyah University of Yogyakarta, Bantul, DIY, 55183
diansetyoningrum@gmail.com

Abstract

Fast fashion is a new method in fashion industry using global supply chain as the system. The lack of commitment and assessment on the system leads to some issues. The problems of fast fashion continue to develop especially in the era of globalization. It caused a major issue on violation of labour rights. Bangladesh is main destination for fast fashion global supply chain. The tragedy of Rana Plaza in 2013 killed 1.132 workers triggered international attention towards fast fashion workers rights violation in the country. Both national and international actors are trying to overcome the problem. Among them is the collaboration carried out by International Labour Organization (ILO) and Hennes & Mauritz (H&M). Using the Transnational Advocacy Networks concept this research is trying to explain the strategies using by ILO and H&M. Using three strategies, the first is information politic strategy, symbolic politic strategy, and leverage politic strategy.

Keywords: Fashion, Fast Fashion, Global Supply Chain, Labour Rights, ILO, H&M, Globalization.

Abstrak

Fast Fashion adalah metode baru dalam industri mode yang menggunakan rantai pasokan global sebagai sistemnya. Kurangnya komitmen dan pengawasan terhadap sistem menyebabkan beberapa masalah. yang terus berkembang di era globalisasi. Fast fashion menyebabkan masalah besar pada pelanggaran hak-hak buruh. Bangladesh adalah tujuan utama dalam rantai pasokan global. Tragedi Rana Plaza pada 2013 yang menewaskan 1.132 pekerja memicu perhatian internasional terhadap pelanggaran hak-hak pekerja mode cepat di Bangladesh. Baik dari aktor nasional dan internasional berusaha untuk mengatasi masalah tersebut. Diantaranya adalah kolaborasi yang dilakukan oleh International Labour Organization (ILO) dan Hennes & Mauritz (H&M). Dengan menggunakan konsep Jaringan Advokasi Transnasional, penelitian ini mencoba menjelaskan strategi yang digunakan oleh ILO dan H&M.

Kata kunci: Mode, Fast Fashion, Rantai Pasokan Global, Hak Pekerja, ILO, H&M, Globalisasi.

LATAR BELAKANG

Tingginya permintaan konsumen terhadap fast fashion mengakibatkan perusahaan memanfaatkan sistem rantai pemasok global atau (Global Supply Chain) untuk memenuhi target penjualan dan meraup keuntungan maksimal. Global Supply Chain adalah sistem dimana perusahaan memotong beban produksi secara besar besaran dengan cara menempatkan tempat produksi melalui pihak ketiga di negara berkembang (Merk, 2014).

Industri garmen di Bangladesh telah menyerap setidaknya sekitar 4 juta orang, yang tersebar di 5000 pabrik garmen dimana 90% pekerjanya adalah wanita. (Ruma Paul, 2013) Selain itu, pada tahun 2016 Bangladesh dinobatkan sebagai eksportir *garmen readymade* terbesar kedua di dunia setelah China. Industri *garmen readymade* di Bangladesh juga telah tumbuh secara eksponensial dan menjadi tulang punggung perekonomian Bangladesh (Jalava, 2015).

Meski demikian, kondisi pekerja *fast fashion* di Bangladesh harus dihadapkan dengan eksploitasi dan kondisi pekerjaan yang tidak layak. Pekerja dalam industri *fast fashion* di Bangladesh digaji sangat rendah dengan jam kerja yang tinggi melebihi waktu standar pekerja yang telah ditetapkan yakni selama 8 jam. Secara umum, pekerja di Bangladesh hanya digaji sebesar 35 sen atau 0,35 AUD per jam (setara dengan IDR 3500 per jam, dihitung berdasarkan satuan kurs dollar Australia) lebih rendah daripada batas minimal gaji yang seharusnya 39 sen atau 0,39 AUD per jamnya (setara IDR 4000 per jam) (The New Daily, 2017) .

Berdasarkan hasil wawancara oleh Oxfam Australia, sembilan dari sepuluh pekerja *fast fashion* di Bangladesh tidak mampu membeli maupun menyediakan makanan untuk diri sendiri dan keluarga mereka. Keadaan tersebut memaksa mereka untuk melewatkan makan, dan juga memaksa mereka untuk berhutang agar dapat memenuhi kehidupan sehari-hari (S Nayeem Emran, 2019). Padahal untuk dapat memenuhi gaji yang layak bagi pekerja *fast fashion* hanya akan menambah beban tambahan harga sebesar 1% setiap helai pakaian yang dijual kepada konsumen (Ibid) . Dalam wawancara tersebut juga terungkap sebesar 72% dan 76% pekerja di Bangladesh tidak mampu mendapatkan pengobatan ketika sakit dan tidak memiliki akses air yang bersih di rumah mereka. Selain itu satu dari tiga pekerja dilaporkan harus berpisah dengan anak karena penghasilan yang sangat rendah.

Manajemen seringkali memaksa pekerja untuk memenuhi target pemesanan tanpa memperhatikan kondisi para pekerja. Jam kerja yang ketat menyebabkan kelelahan dan menurunnya kondisi kesehatan pekerja (Kamat, 2016). Hal ini diperparah dengan tidak adanya *Human Resources Department* atau departemen sumber daya manusia pada pabrik pemasok *fast fashion* di Bangladesh sehingga pekerja tidak dapat mengajukan keluhan atas pelanggaran hak dalam bekerja yang mereka alami (Uddin, 2014).

Dengan perlindungan yang minim dan tanpa jaminan hak keselamatan dan kesehatan, pekerja industri ini sangat rentan terkontaminasi zat berbahaya dari proses percepatan pertumbuhan kapas, polyester dan tekstil sintetis. Akibatnya, pekerja industri *fast fashion* dilaporkan hasil kesehatannya mengidap kondisi seperti penyakit paru-paru, kanker, kerusakan fungsi endokrin, hasil reproduksi dan janin yang gagal, cedera kecelakaan, bahkan kematian. (Rachel Bick, 2018)

Dalam sektor hak jaminan keselamatan, pekerja di Bangladesh juga tidak difasilitasi tempat yang layak dimana bangunan tidak dilengkapi dengan prosedur keamanan yang sesuai standar. Peristiwa memilukan terjadipada tahun 2013 dimana sebuah pabrik pemasok *fast fashion* bernama Rana Plaza di Bangladesh runtuh dan menewaskan setidaknya 1.132 pekerja (ILO, 2013). Peristiwa ini merupakan pemantik awal isu *fast fashion* mendapat perhatian dunia internasional.

International Labor Organizations (ILO) sebagai badan dibawah naungan Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) yang berwenang dalam menangani isu tentang hak pekerja bertanggung jawab untuk mengendalikan permasalahan yang ada. Sebagai badan perlindungan buruh dan pekerja, ILO mempunyai visi dan misi dalam mewujudkan tercapainya hak-hak pekerja di tempat kerja, serta mendorong kesempatan kerja yang layak, serta meningkatkan perlindungan sosial dan memperkuat dialog tentang masalah-masalah yang terkait dengan pekerjaan.

ILO kemudian mengencarkan kolaborasi dengan perusahaan ritel. Hennes & Mauritz atau H&M adalah salah satu perusahaan yang menjalin kerjasama dengan ILO dalam menanggulangi isu hak pekerja. H&M sendiri merupakan perusahaan ritel *fast fashion* multinasional Swedia untuk pria, wanita, remaja dan anak-anak. H&M saat ini beroperasi di 62 negara dengan lebih dari 4.500 toko dan pada 2015 mempekerjakan sekitar 132.000 orang (H&M).

H&M tercatat sebagai pengecer pakaian global terbesar kedua setelah Inditex Corporation. Bangladesh merupakan pemasok suplai terbesar untuk H&M. H&M sendiri dilaporkan mengontrak lebih dari 200 pabrik untuk membuat pakaiannya dari Bangladesh (RNZ, 2016).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian kali ini, penulis akan menggunakan metode penelitian kualitatif. Penulis akan mencoba untuk mengeksplorasi upaya suatu organisasi transnasional dan korporasi dalam mengatasi isu pekerja di Bangladesh. Dengan cara mendeskripsikan dan menganalisa serta mengkorelasikan sejumlah variable yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti antara fenomena yang diuji. Pengambilan data dalam penelitian kali ini diambil dari data tertulis yang bersumber dari laporan, berita, jurnal, dan buku.

Selanjutnya, penulis akan mendeskripsikan fakta secara apa adanya, dengan cara dipilah, dikategorisasi, diintrepetasi, dan dipaparkan untuk mendapat gambaran yang ada untuk menjawab pertanyaan dari rumusan masalah yang telah disebutkan.

KERANGKA BERPIKIR

Untuk menjawab rumusan masalah yang telah diajukan untuk penelitian tentang bagaimana kolaborasi International Labor Organization (ILO) dan H&M dalam upaya pemenuhan hak pekerja Fast Fashion di Bangladesh, dapat dianalisa menggunakan satu konsep yaitu: *Transnational Advocacy Network* (TAN).

Konsep Jaringan Advokasi Transnasional (TAN) yang dikemukakan oleh Margaret E. Keck dan Kathryn Sikkink (Keck & Sikkink, 1998) didefinisikan sebagai jaringan yang dikategorikan oleh pola komunikasi sukarela, timbal balik dalam pola horizontal komunikasi dan pertukaran informasi terhadap pihak yang berkomitmen dan berkompentensi terhadap suatu isu (Soejipto, 2018). Jaringan Advokasi Transnasional mendefinisikan aktor non-negara yang terlibat secara lebih jelas sebagai kelompok advokasi yang merujuk pada aktor mandiri dan melintasi batas negara yang terdiri dari NGO, INGO, media, aktivis, akademisi, maupun *multinational corporation* untuk mencapai sebuah kepentingan yang dianggap mempresentasikan kepentingan publik dalam skala luas.

Menurut Keck dan Sikkink, TAN memiliki beberapa taktik untuk dapat masuk kedalam target yang disasar dalam proses infiltrasi nilai dan tujuan. Keck dan Sikkink juga menjabarkan strategi untuk proses dan prosedural institusional, mengubah posisi suatu aktor, maupun mempengaruhi perilaku negara dalam TAN dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Politik Informasi merupakan 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 analisa dan data riset yang jaringan advokasi miliki.
- b. Politik Simbolik adalah kemampuan untuk menarasikan simbol, tindakan atau cerita dengan tujuan menarik perhatian khalayak luas. Penafsiran simbolik adalah bagian dari proses persuasi sehingga jaringan advokasi ini dapat menciptakan kesadaran dan perluasan isuyang dituju.
- c. 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. Perubahan kebijakan akan cenderung mungkin terjadi ketika ada tekanan dan bujukan dari lebih kekuatan yang lebih kuat.
- d. Politik Akuntabilitas merupakan upaya untuk mempertahankan aktor yang lebih kuat untuk tetap memegang prinsip kebijakan yang telah ditetapkan.

HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

A. Strategi Informasi Politik Kolaborasi ILO dan H&M

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

Kolaborasi International Labour Organization (ILO) da Hennes&MAuritz (H&M)
 Dalam Upaya Pemenuhan Hak Pekerja Fast Fashion di Bangladesh

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

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_on41145.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.

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. Di bawah 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:



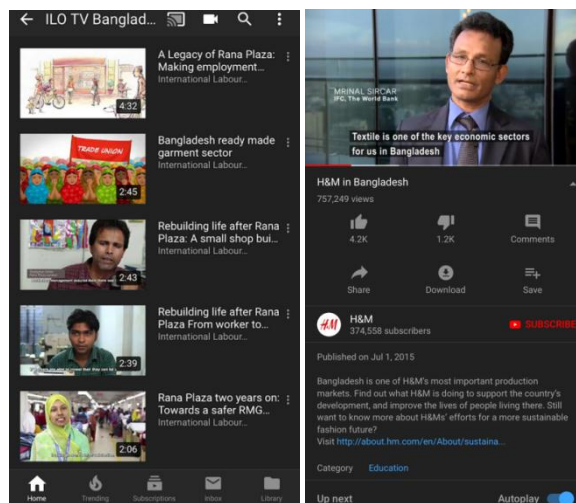
Gambar 3.4 Interaksi terhadap program ILO dan H&M untuk memenuhi hak pekerja di media Twitter
 Sumber: <https://twitter.com/search?q=ILO%20bangladesh%20social%20dialogue&src=typd>

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.

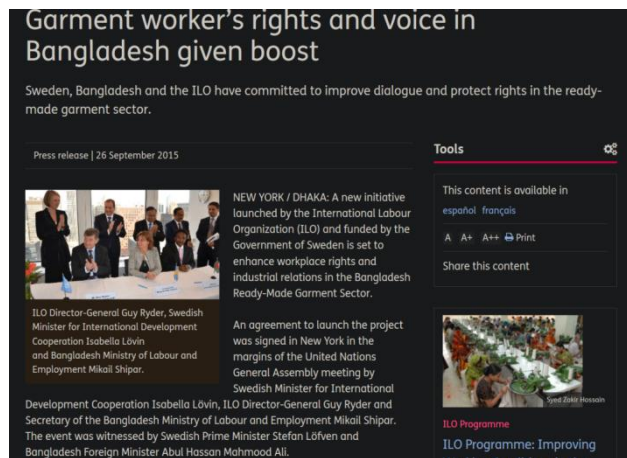
Dibawah ini adalah akun youtube ILO dan H&M:



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.

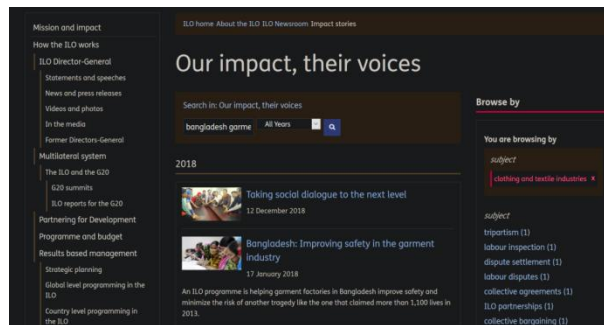


Gambar 3.6 Website berita ILO

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 orisinal 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 tertimoni 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 menyorot pada kepercayaan target advokasi dalam usaha mereka memperjuangkan 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.

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).

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*”.

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

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). 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 mempunyai lembaga riset dan pengembangan dalam industri RMG yang berbasis di Universitas Dhaka dan Universitas 'North South' untuk mengkoordinasikan 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

BGMEA 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.

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). Sistematis 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).



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 menyasar 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
	Media Digital (Website, sosial media)	Individu, perusahaan ritel, stake holders	
Politik Simbolik	Cerita (Tragedi Rana Plaza)	Perusahaan ritel dan	

		stakeholders	peningkatan hak pekerja
Politik Pengaruh	IGO (The World Bank, IndustriALL Global Union)	Perusahaan ritel dan stake holders	3. Peningkatan kesadaran dan partisipasi dari perusahaan ritel stakeholder
	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.

KESIMPULAN

Mengetahui fakta bahwa baik dari pihak perusahaan ritel ataupun pemerintah Bangladesh tidak memberi usaha lebih dalam mencegah terjadinya pelanggaran hak bekerja *fast fashion* sebelum terjadinya insiden Rana Plaza membuktikan bahwa tingkat kesadaran pihak yang terkait sangat minim. Dengan demikian, terdapat urgensi baru untuk membentuk sinergi antar aktor internasional untuk menyelesaikan isu ini.

Penelitian ini telah menunjukkan bahwa dalam membuat perubahan pada suatu isu dan mempengaruhi kebijakan tidak hanya terbatas pada aktor pemerintah saja. Kolaborasi antara ILO dan H&M telah menunjukkan kontribusi yang cukup signifikan terhadap pemenuhan hak pekerja *fast fashion* di Bangladesh. Pengesahan beberapa hukum, pembentukan balai kerja dan agensi pemerintah yang secara khusus menangani hak pekerja *fast fashion* merupakan pertumbuhan dampak yang signifikan yang dihasilkan dari kolaborasi ILO dan H&M.

Konsep jaringan advokasi Transnasional (TAN) oleh Margaret E. Keck dan Kathryn Sikkink dalam penelitian ini dapat membuktikan dua hal. Pertama, tentang kolaborasi aktor non-tradisional seperti H&M sebagai *multinational corporation* (MNC) dengan organisasi internasional berbasis pemerintah (ILO) dalam membentuk jaringan advokasi dan strategi yang dilakukan oleh untuk memperbaiki hak pekerja *fast fashion* di Bangladesh. Ada dua faktor yang menyebabkan keterlibatan MNC merupakan bentuk tanggung jawab moral karena menempatkan proses produksinya di negara ketiga dan usaha pemerintah yang kurang efektif dalam melindungi hak pekerja *fast fashion*. Keterlibatan MNC didukung oleh konsep transnasionalisme dalam jaringan advokasi transnasional. Kaburnya batas-batas negara memungkinkan aktor seperti MNC untuk dapat berkolaborasi dan mempengaruhi kebijakan di suatu negara.

Selanjutnya, hal kedua yang dapat dibuktikan dalam penelitian ini adalah tentang kontribusi signifikan dari kolaborasi ILO dan H&M menggunakan analisis tiga strategi yang diberikan oleh Keck dan Sikkink (1990). Politik informasi, politik simbolik dan politik leverage menjadi strategi ILO dan H&M dalam upaya pemenuhan hak pekerja *fast fashion* di Bangladesh.

Pertama, Politik Informasi yang dilakukan oleh ILO dan H&M dapat dilihat dari penggunaan media, baik media tradisional maupun media sosial dalam menyebarkan informasi untuk memperbaiki hak pekerja *fast fashion* di Bangladesh. Fakta dan kesaksian yang disediakan dalam politik informasi yang dilakukan oleh ILO dan H&M berupa kegiatan, hasil advokasi, laporan tahunan, dan juga testimoni dari pekerja yang bertujuan untuk memberikan pesan yang kuat. Kedua, strategi politik simbolik yang digunakan oleh ILO dan H&M dapat dilihat dari tindakan dan peringatan tragedi. ILO dan H&M menyorot kisah para korban dari tragedi Rana Plaza sebagai usaha untuk menarik perhatian masyarakat dan sebagai pengingat untuk aktor lain untuk turut berpartisipasi dalam usaha memperbaiki isu hak pekerja *fast fashion* di Bangladesh. untuk mendapatkan perhatian masyarakat.

Terakhir, strategi politik pengaruh dari ILO dan H&M diwujudkan melalui pengungkitan moral dan material yang dilakukan oleh kerjasama ILO dan H&M dengan organisasi pemerintah internasional dan organisasi non-pemerintah internasional lainnya yang memiliki kekuasaan dalam tempat-tempat tertentu. Misalnya, kerja sama dengan The World Bank, IndustriALL Global Union, dan Badan Kerjasama Pengembangan Internasional Swedia (SIDA).

Anna. (2014, July 21). *Clothes To Die For*. Retrieved Mei 27, 2019, from London College of Fashion, Centre for Sustainable Fashion: <https://sustainable-fashion.com/blog/clothes-to-die-for/>

Australian AID. (2012). *Australia Multilateral Assessment March: International Labour Organization*. Melbourne: Australian AID.

BBC. (2013, Mei 14). Retrieved Mei 21, 2019, from <https://www.bbc.com/news/world-asia-22525431>

Better Work. (2014). *About Us*. Retrieved Juni 9, 2019, from Better Work: <https://betterwork.org/>

Bialy, B. (2017). Social Media: From Social Exchange to Battlefield. *JSTOR* , 75.

Bodreau, L. (2015). The Impact of the Rana Plaza Collapse on Global Retailers. *Research Gate* , 5.

Boudreau, L. (2015). The Impact of the Rana Plaza Collapse on Global Retailers. *Research Gate* , 5.

Burke, J. (2015, April 22). *Bangladesh Garment Workers Suffer Poor Conditions Two Years After Reform Vows*. Retrieved Mei 27, 2019, from The Guardian: <https://www.theguardian.com/world/2015/apr/22/garment-workers-in-bangladesh-still-suffering-two-years-after-factory-collapse>

Burton, O. (2017, Oktober 11). *75% Of New Fashion is Made From Plastic And It's Not Sustainable*. Retrieved Mei 25, 2019, from The Green Hub: <https://thegreenhubonline.com/2017/10/11/75-of-new-clothing-is-made-from-plastic-and-its-not-sustainable/>

Campaign, C. C. (2013 , Oktober 23). *New report CCC: Six months on from Rana Plaza*. Retrieved Mei 25, 2019, from <https://cleanclothes.org/news/2013/10/23/six-months-on-from-rana-plaza-survivors-still-fighting-for-compensation>

Christian, G. (2014, Desember 23). *Traditional Vs New Media: The Balancing Effect*. Retrieved Juni 6, 2019, from Absolutmg: <https://www.absolutemg.com/2014/12/23/traditional-media-balancing-effect/>

Claire, M. (2015, April 24). *It's Fashion Revolution Day! Here's Why It's So Important To Know Where Our Clothes Are Made....* Retrieved Mei 27, 2019, from <https://www.marieclaire.co.uk/news/fashion-news/fashion-revolution-day-2015-carry-somers-interview-88091>

Clean Clothes Campaign. (2018, Juni 07). *Full Support For Bangladeshi Garment Workers Demands On Minimum Wage*. Retrieved April 30, 2019, from Clean Clothes Campaign: <https://cleanclothes.org/news/2018/07/06/full-support-for-bangladeshi-garment-workers2019-demands-on-minimum-wage>

Clean Clothes Campaign. (2013, Oktober 23). *New report CCC: Six Months on From Rana Plaza*. Retrieved Mei 25, 2019, from <https://cleanclothes.org/news/2013/10/23/six-months-on-from-rana-plaza-survivors-still-fighting-for-compensation>

CNN Bussiness. (2013, Mei 21). *Why I'm protesting against GAP over Bagladesh*. Retrieved Mei 28, 2019, from CNN Bussiness: <https://money.cnn.com/2013/05/21/news/companies/gap-protest-bangladesh/index.html>

CNN, I. (2015, Juli 27). Retrieved Mei 25, 2019, from <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20150726095215-220-68164/dokumenter-the-true-cost-ungkap-seramnya-efek-fesyen-murah>

Deborah Drew, E. R. (2019, Januari 17). *By The Numbers: The Economic, Social and Environmental Impacts of "Fast Fashion"*. Retrieved Mei 28, 2019, from GreenBiz: <https://www.greenbiz.com/article/numbers-economic-social-and-environmental-impacts-fast-fashion>

Diplomat, T. (2015, April 27). *"2 Years Later, Bangladesh's Rana Plaza Debacle Continues to Resonate Globally"*. Retrieved Mei 27, 2019, from The Diplomat: <https://thediplomat.com/2015/04/2-years-later-bangladeshs-rana-plaza-debacle-continues-to-resonate-globally/>

Felipe Caro, V. M.-d.-A. (2014). *Fast Fashion: Business Model Overview and Research Opportunities*. (N. A. A.Smith, Ed.) 2, 1.

Granath, S. (2016). *The Practice of Social Dialogue in the Readymade Garment Factories in Bangladesh- H&M Case Study*. . *Uppsala University* , 21.

Greenhouse, S. (2013, April 30). *Major Retailers Join Bagladesh Safety Plan*. Retrieved Mei 28, 2019, from New York Times: <https://www.nytimes.com/2013/05/14/world/asia/bangladeshs-cabinet-approves-changes-to-labor-laws.html>

Guardian, T. (2013, Mei 2019). Retrieved Mei 27, 2019, from <https://www.theguardian.com/world/2013/may/01/bangladesh-workers-protest-may-day-building-collapse>

Guardian, T. (2018, November 30). Retrieved Mei 21, 2019, from <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/nov/30/the-guardian-view-of-ultracheap-clothes-costly-to-society>

H&M. (n.d.). *About Us*. Retrieved Maret 29, 2019, from H&M: <https://about.hm.com/en/about-us.html>

H&M. (2013). *Annual Report 2012*. Retrieved from https://about.hm.com/content/dam/hmgroup/groupsite/documents/en/Annual%20Report/Annual-Report-2012_en.pdf

H&M. (2012). *Conscious Action Highlights*. Swedia: H&M.

H&M. (2012). *FAQ Production*. Retrieved from H&M: https://career.hm.com/content/hmcareer/en_lk/workingathm/get-to-know-us/faq-production.html

ILO. (2014, September 15). Retrieved April 12, 2019, from https://www.ilo.org/pardev/information-resources/news/WCMS_306151/lang--en/index.htm

ILO. (2014, September 15). Retrieved Maret 21, 2019, from ILO and H&M sign unique agreement on sustainable global supply chains in the garment industry: <https://www.ilo.org/global/industries-and-sectors/textiles-clothing-leather-footwear/lang--en/index.htm>

ILO. (2010). *About Decent Work*. Retrieved from <https://www.ilo.org/global/topics/decent-work/lang--en/index.htm>

ILO. (2014). *Certified Training Within The National Skills Development Framework*. Swiss: Partnership and Field Support Department.

ILO. (2014). *ILO and H&M Sign Unique Agreement on Sustainable Global Supply Chain in The Global Industry*. Retrieved Juni 6, 2019, from Corporate Social Responsibility: https://www.ilo.org/pardev/information-resources/news/WCMS_306151/lang--en/inde.htm

ILO. (2016, Mei 4). *ILO Country Office for Bangladesh: A Newsletter*. Retrieved Juni 9, 2019, from ILO: https://www.ilo.org/dhaka/Whatwedo/Publications/WCMS_480075/lang--en/inde.htm

ILO. (2013, Januari 15). *Information Source*. Retrieved Mei 9, 2019, from International Labour Organization: https://www.ilo.org/dhaka/Informationresources/WCMS_209285/lang--en/index.htm

- ILO. (2012). *Progress Made and Challenges Ahead for the Bangladesh Ready-Made Garment Sector*. Retrieved from ILO:
https://www.ilo.org/dhaka/Whatwedo/Publications/WCMS_317816/lang--en/index.htm
- ILO. (2010). *Structure*. Retrieved Juli 12, 2019, from ILO:
<https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/who-we-are/lang--en/index.htm>
- ILO. (2013). *The Rana Plaza Incidents and its Aftermath*. Retrieved Maret 22, 2019, from ILO: https://www.ilo.org/global/topics/geip/WCMS_614394/lang--en/index.htm
- ILO. (2017). *Towards A Better Skilled Workforce in The Bangladesh Ready-Made Garment Sector*. Dhaka: ILO.
- IndustriALL. (2013). *What We Do*. Retrieved Juni 9, 2019, from <http://www.industriall-union.org/what-we-do>
- Jalava, M. (2015). *Human Rights Violations In the Garment Industry Of Bangladesh*. Helsinki, Finland: Haaha-Helia University of Applied Sciences.
- Jane, E. (2013, Mei 21). *Why I'm protesting against GAP over Bagladesh*. Retrieved Mei 28, 2019, from CNN Bussiness:
<https://money.cnn.com/2013/05/21/news/companies/gap-protest-bangladesh/index.html>
- Kamat, A. (2016, Desember 15). *"We are Nothing but Machines to Them"*. Retrieved Maret 29, 2019, from SLITE: <https://slate.com/business/2016/12/bangladeshs-apparel-factories-still-have-appalling-worker-conditions.html>
- Lambert, M. (2014, December 1). *The Lowest Cost at Any Price: The Impact of Fast Fashion on the Global Fashion Industry*. 3.
- Made By. (2012). *Partnership*. Retrieved from
https://about.hm.com/content/dam/hm/about/documents/en/CSR/reports/Conscious%20Actions%20Highlights%202012_en.pdf
- Margaret E. Keck, K. S. (1998). *Activists Beyond Borders: Advocacy Network In International Politics*. New York: Cornell University Press.
- Mccombs, M. (2011). *The Agenda Setting Role of The Mass Media in Shaping Public Opinion*. *Research Gate* , 2.
- Merk, J. (2014). *Living Wage in Asia (Pay A Living Wage)*. Amsterdam: Clean Clothes Organization.
- Morgan, A. (Director). (2015). *The True Cost* [Motion Picture].

Morrison, S. (2013, Mei 2013). *Bangladesh Factory Collapse: GAP Refuses to Back Safety Deal*. Retrieved Mei 28, 2019, from Independent UK:

<https://www.independent.co.uk/news/world/asia/bangladesh-factory-collapse-gap-refuses-to-back-safety-deal-8615599.html>

Ozdamar-Ertekin, Z. (2017). The True Cost: The Bitter Truth behind Fast Fashion. *International Society of Markets and Development* , 2, 3.

Parliament, U. (2019). *Fiksing fashion: clothing consumption and sustainability*. London: House of Commons Environmental Audit Committee.

Pentland. (2018). *Pentland Modern Slavery Report*. London: Pentland.

Pentland. (2018). *Pentland Modern Slavery Report*. London: Pentland.

Post, T. H. (2015, April 24). Retrieved Mei 25, 2019, from http://www.huffingtonpost.com/andrew-morgan/a-new-future-for-fashion_b_7120694.html

Queensland, T. U. (2019). *Fast Fashion Quick To Cause Environmental Havoc*. Retrieved Mei 29, 2019, from The University of Queensland Australia:

<https://sustainability.uq.edu.au/projects/recycling-and-waste-minimisation/fast-fashion-quick-cause-environmental-havoc>

Rachel Bick, E. H. (2018). The Global Environment Injustice of Fast Fashion. *BMC* , 5.

Rachel Bick, E. H. (2018). The Global Environmental Injustice Of Fast Fashion. *BMC Part of Springer Nature* , 3.

Rayapura, A. (2014, April 20). *H&M Launching Skills Training Initiative for Garment Workers in Bangladesh*. Retrieved Juni 5, 2019, from Sustainable Brands:

<https://sustainablebrands.com/read/supply-chain/h-m-launching-skills-training-initiative-for-garment-workers-in-bangladesh>

RNZ. (2016, September 26). *The True Cost of H&M Clothing*. Retrieved Maret 21, 2019, from <https://www.radionz.co.nz/news/national/314185/fashion-victims-the-true-cost-of-h-and-m-clothing>

Ruma Paul, S. Q. (2013, Mei 4). *Bangladesh Urges No Harsh EU Measures Over Factory Deaths*. Retrieved from Reuters: [https://www.reuters.com/article/us-bangladesh-factory/bangladesh-urges-no-harsh-eu-measures-over-factory-deaths-](https://www.reuters.com/article/us-bangladesh-factory/bangladesh-urges-no-harsh-eu-measures-over-factory-deaths-idUSBRE94304420130504)

[idUSBRE94304420130504](https://www.reuters.com/article/us-bangladesh-factory/bangladesh-urges-no-harsh-eu-measures-over-factory-deaths-idUSBRE94304420130504)

S Nayeem Emran, J. K. (2019). *Made In Poverty; The True Price Of Fashion*. Melbourne: Oksfam Australia.

Sana Khan, A. M. (2014). *Environmental and Health Effect of Textile Industry Wastewater*. Germany: Springer, Dordrecht.

Schoenherr, N. (2019, Januari 10). *How Fast Fashion Hurts Environment, Workers, and Society*. Retrieved Mei 28, 2019, from Phys.org: <https://phys.org/news/2019-01-fast-fashion-environment-workers-society.html>

Shift. (2014). *H&M's Fair Living Wage Strategy*. Retrieved Juni 9, 2019, from <https://www.shiftproject.org/sdgs/living-wages/hm-fair-living-wage-strategy/>

SIDA. (n.d.). *About Us*. Retrieved Juni 5, 2019, from <https://www.sida.se/English/>

Soejipto, A. (2018). *Transnasionalisme: Peran Aktor Non Negara Dalam Hubungan Internasional*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Sullivan, J. (2013, Mei 23). Retrieved Mei 28, 2019, from The New York Times: <https://www.nytimes.com/2013/05/03/business/factory-owners-in-bangladesh-fear-firms-will-exit.html>

Sustainable Fashion Matterz. (n.d.). *Fashion Fact*. Retrieved Mei 25, 2019, from Sustainable Fashion Matterz: <https://www.sustainablefashionmatterz.com/fashion-facts/>

The Guardian. (2013, Mei 2019). *Bangladesh Workers Protest May Day Building Collapse*. Retrieved Mei 27, 2019, from <https://www.theguardian.com/world/2013/may/01/bangladesh-workers-protest-may-day-building-collapse>

The Guardian. (2018, November 30). *View of Ultracheap Clothes Costly to Society*. Retrieved Mei 21, 2019, from <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/nov/30/the-guardian-view-of-ultracheap-clothes-costly-to-society>

The Guardian. (2019, Januari 21). *Why are Wages So Low for Garment Workers in Bangladesh?* Retrieved Maret 9, 2019, from The Guardian: <https://www.theguardian.com/business/2019/jan/21/low-wages-garment-workers-bangladesh-analysis>

The Huffington Post. (2015, April 24). *A New Future For Fashion*. Retrieved Mei 25, 2019, from http://www.huffingtonpost.com/andrew-morgan/a-new-future-for-fashion_b_7120694.html

The New Daily. (2017, Oktober 29). *World News*. Retrieved Maret 29, 2019, from The New Daily: <https://thenewdaily.com.au/news/world/2017/10/29/garment-workers-australia-fast-fashion-oxfam/>

Uddin, M. N. (2014). Role of Ready Made Garment Sector in Economic Development of Bangladesh. *Journal of Accounting, Business & Management* , 54-70.

UK Parliament. (2019). *Fixing Fashion: Clothing Consumption and Sustainability*. London: House of Commons Environmental Audit Committee.

WWF. (n.d.). *Sustainable Agriculture; Cotton*. Retrieved Mei 25, 2019, from <https://www.worldwildlife.org/industries/cotton>