

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perdagangan internasional merupakan aspek penting dalam Hubungan Internasional. Globalisasi telah mendorong percepatan aktivitas perdagangan internasional. Namun, globalisasi pula yang dapat menghambatnya. Pandemi yang terjadi pada tahun 2020 menyerang hampir seluruh dunia. Penyakit ini diidentifikasi sebagai virus SARS-COV-2 atau yang dikenal sebagai virus COVID-19. Penyakit ini pertama kali ditemukan di Provinsi Wuhan, Tiongkok, pada akhir tahun 2019. Penyebaran penyakit ini tidak hanya di Tiongkok, namun juga hampir seluruh negara di dunia. Pandemi COVID-19 secara langsung maupun tidak langsung memengaruhi lebih dari 3,9 juta orang dengan jumlah kematian 270.740 jiwa di seluruh dunia. Angka tersebut diambil dari kasus kematian yang terkait langsung dan diduga dipengaruhi pandemi COVID-19.<sup>1</sup> Untuk mencegah penyebaran lebih lanjut, kala itu banyak negara dan kota telah mengambil tindakan berupa penutupan perbatasan antardaerah.<sup>2</sup>

Tidak hanya bidang kesehatan, nyatanya banyak terjadi guncangan di sektor lain akibat COVID-19. Tidak hanya negara-negara kecil, negara adikuasa pun turut merasakan guncangan yang terjadi selama pandemi ini. Salah satu sektor kehidupan

---

<sup>1</sup> Sana Malik And Khansa Naeem, "Impact Of COVID-19 Pandemic On Women: Health, Livelihoods & Domestic Violence," May 8, 2020, <https://Think-Asia.Org/Handle/11540/11907>.

<sup>2</sup> Institute For Global Environmental Strategies, "Implications Of COVID-19 For The Environment And Sustainability," *Japan Institute For Global Environmental Strategies* (2020).

yang paling terdampak adalah ekonomi. Penyebaran cepat COVID-19 telah memberikan pukulan dahsyat bagi kehidupan dan keamanan ekonomi masyarakat.

Saat bisnis-bisnis tutup dan perjalanan internasional berhenti, COVID-19 tidak lagi hanya menjadi krisis kesehatan tetapi juga krisis ekonomi dengan proporsi global. COVID-19 memperlihatkan retakan dalam pengaturan ekonomi global internasional, yang ditandai oleh disparitas pendapatan yang semakin melebar. *Lockdown* telah mengganggu rantai pasokan makanan dan manufaktur serta meningkatkan ketidakpastian pekerjaan.

Asal mula persebaran penyakit ini ada di kota Wuhan, Tiongkok, yang mana kota tersebut merupakan salah satu kota industri penting di Tiongkok dengan populasi masyarakat dengan jumlah yang besar. Ada pun Wuhan juga dikenal memiliki peran penting dalam perekonomian domestik karena banyak perusahaan yang berada di sana, bahkan banyak *Multinational Cooperations* (MNCs) yang berkantor di Wuhan. Setelahnya, persebaran penyakit yang kian marak terjadi menjadikan banyaknya transaksi bisnis dan aktivitas perjalanan distribusi dan ritel yang terkena dampak buruk akibat pandemi ini. Hal ini melumpuhkan segala aktivitas ekonomi serta membawa penurunan ekonomi bagi negara-negara. Dampak dari terjadinya pandemi COVID-19 bagi perekonomian suatu negara adalah melemahnya konsumsi rumah tangga atau melemahnya daya beli masyarakat secara luas. Kedua hal tersebut bisa menjadi faktor terjadinya perlambatan laju perputaran ekonomi, baik Tiongkok, maupun negara-negara lain yang juga ikut terjangkit

Bagi pemerintah negara Indonesia, selain melemahnya konsumsi rumah tangga atau daya beli masyarakat, ada juga penurunan penerimaan pajak yang merujuk pada perlambatan pertumbuhan ekonomi, dan hal ini menjadi suatu permasalahan yang dihadapi baik pemerintah daerah maupun pusat. Dengan penurunan penerimaan pajak maka hal ini memperlambat pengadaan dana program pemerintah, bahkan pihak pemerintah harus menyusun ulang rencana pendanaan serta menyusun ulang skala prioritas yang harus diutamakan. Indonesia telah merasakan gejala ekonomi yang melambat, dibuktikan dengan pertumbuhan ekonomi yang menurun 5,32% pada kuartal ke-2 dan menurun 3,49% pada kuartal ke-3.<sup>3</sup> Adapun Indonesia juga berupaya dalam mengurangi penyebaran virus ini melalui *lockdown* yang diberlakukan beberapa negara-negara lain. *Lockdown* yang diberlakukan kala itu diharapkan dapat menurunkan penularan virus lewat mengurangi kontak tatap muka, pembatasan transaksi keluar masuk negara, baik turis maupun aktifitas ekspor impor. Hal ini membuat ekonomi terhambat bahkan dalam suatu periode pernah lumpuh total.

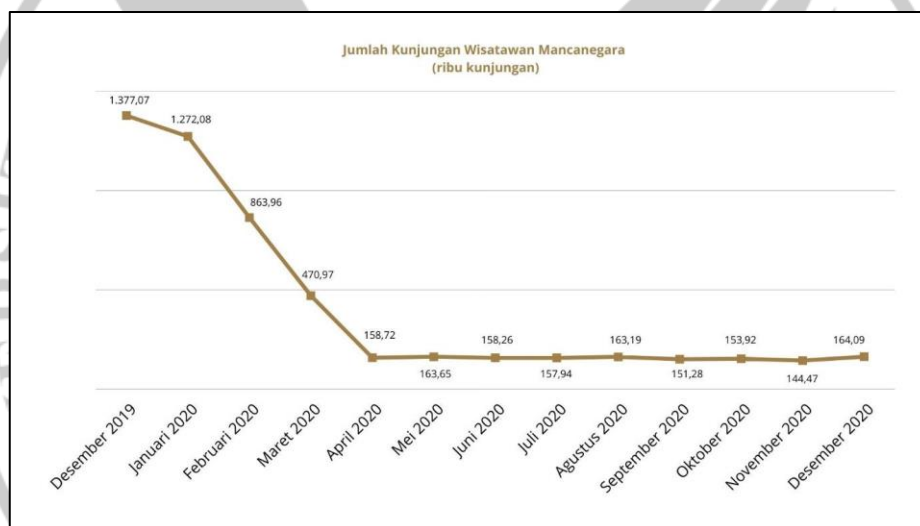
*Lockdown* di Indonesia membuat sektor pariwisata mengalami kemunduran yang signifikan. Kemerosotan yang terjadi akibat turunnya jumlah turis membuat sebagian besar dari dunia pariwisata seperti pemandu wisata, penyewaan penginapan, serta pelaku atraksi dan tempat hiburan harus kehilangan pemasukan utamanya di kala *lockdown*. Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia telah mengakumulasi bahwa perkembangan kumulatif kunjungan wisatawan

---

<sup>3</sup> Badan Pusat Statistik, "Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan II-2020," No. 64/08/Th. XXIII, 5 Agustus 2020.

mancanegara dari bulan Januari–Desember 2019 sebesar 16,11 juta kunjungan dan pada Januari–Desember 2020 sebesar 4,02 juta kunjungan. Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa adanya pandemi COVID-19 berdampak pada sektor pariwisata karena menyebabkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mengalami penurunan yang pada akhirnya juga akan menyebabkan pendapatan nasional menurun.<sup>4</sup>

**Grafik 1.1 Grafik Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara<sup>5</sup>**



Jumlah pengangguran akibat COVID-19 berdasarkan data BPS Indonesia, terdapat 29,12 juta orang penduduk usia kerja yang pada era pandemi. Data rincian menunjukkan pengangguran karena COVID-19 sebesar 2,56 juta orang; bukan angkatan kerja karena COVID-19 sebesar 0,76 juta orang; sementara tidak bekerja karena COVID-19 sebesar 1,77 juta orang; dan yang bekerja dengan mengalami

<sup>4</sup> “Badan Pusat Statistik,” April 10, 2019, <https://rembangkab.bps.go.id/news/2019/04/10/233/pelatihan-petugas-survei-wisatawan-nusantara--wisnus--2019.html>.

pengurangan jam kerja sebanyak 24,03 juta orang. Seperti yang kita ketahui, pengangguran yang kian banyak sangat memperburuk situasi ekonomi suatu negara.<sup>6</sup>

Negara yang terdampak pandemi COVID-19 tidak hanya Indonesia, tetapi hampir seluruh dunia yang terkena dampaknya. Dampak pandemi COVID-19 terhadap ekonomi global sangat signifikan. Pada triwulan pertama 2020, pertumbuhan ekonomi beberapa negara mitra dagang Indonesia mengalami penurunan drastis: Singapura turun 2,2%, Hong Kong 8,9%, Uni Eropa 2,7%, dan Cina bahkan mengalami penurunan hingga 6,8%. Meskipun beberapa negara masih mencatat pertumbuhan positif, angka tersebut menurun dibandingkan dengan kuartal sebelumnya: Amerika Serikat turun dari 2,3% menjadi 0,3%, Korea Selatan dari 2,3% menjadi 1,3%, dan Vietnam dari 6,8% menjadi 3,8%.<sup>7</sup>

Beberapa lembaga seperti JP Morgan, EU, Fitch, dan IMF telah memprediksi pertumbuhan ekonomi global pada tahun 2020 akan mencatat angka negatif, dengan IMF memproyeksikan kontraksi ekonomi dunia sebesar -3%. Untuk Indonesia, Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati, memperkirakan dalam skenario terburuk pertumbuhan ekonomi bisa mencapai -0,4%. telah didata bahwa 25 juta orang diseluruh dunia yang kehilangan pekerjaan atau setara 3,4 triliun dolar AS. Ada empat sektor yang paling terkena dampak pandemi dan merupakan bagian dari 37.5% lapangan pekerjaan secara global. Sektor pertama yang terkena dampak

---

<sup>6</sup> Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2020 No.86/11/Th. XXIII, 05 November 2020 Badan Pusat Statistik

<sup>7</sup> Edy Sutrisno, "Post-Pandemic Economic Recovery Strategy Through The Umkm And Tourism Sector," Jurnal Lembaga Ketahanan Nasional Republik Indonesia, <https://jurnal.lemhannas.go.id/index.php/jkl/article/download/385/257/>

adalah makanan dan akomodasi yaitu 144 juta pekerja, eceran dan grosir 482 juta, pelayan administrasi 157 juta, serta manufaktur yaitu 463 juta.<sup>8</sup>

Instabilitas negara-negara yang terdampak pandemi ini membuat negara-negara mendorong segala strategi dalam mengatasi instabilitas domestiknya. Arena guncangan domestik dan internasional begitu besar, hingga pemerintah Indonesia sendiri membentuk suatu komite pada Juli 2020 untuk membantu menangani COVID-19 yaitu “Komite Penanganan COVID-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional” yang ditetapkan berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 82. Komite ini dibentuk guna membantu Pemerintah dalam merumuskan dan melaksanakan program dan regulasi agar lebih terkoordinasi dan terintegrasi. Diharapkan dengan adanya komite ini, pemerintah mendorong laju ekonomi guna pemulihan ekonomi nasional serta menyelamatkan perekonomian negara Indonesia.<sup>9</sup>

Dari sisi globalisasi, hal yang selama ini sudah berkembang serta keterkaitan kepentingan negara satu dengan negara lain juga mengalami dampak dari pandemi ini. Pandemi COVID-19 yang terjadi tidak hanya memengaruhi hubungan antara negara satu dan negara yang lain. MNCs, sebagai aktor internasional selain negara juga ikut terseret dampak dari pandemi ini. MNCs yang turut terdampak karena menurunnya jumlah permintaan, banyak yang mengencangkan ikat pinggang lewat pemberhentian sementara. Banyak dari MNCs yang terus berusaha untuk menguatkan diri atau bahkan mencari potensi-potensi

---

<sup>8</sup> Edy Sutrisno, “Post-Pandemic Economic Recovery Strategy Through The Umkm And Tourism Sector,” Jurnal Lembaga Ketahanan Nasional Republik Indonesia, <https://jurnal.lemhannas.go.id/index.php/jkl/article/download/385/257/>.

<sup>9</sup> Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, “Pemerintah Bentuk Komite Penanganan Covid-19 Dan Pemulihan Ekonomi Nasional. Jakarta” *Siaran Pers No. HM.4.6/78/SET.M.EKON.2.3/07/2020.*, 20 Juli 2020.



bisnis yang mungkin ada dari dampak pandemi ini. Pada umumnya MNC dapat digolongkan sebagai badan hukum (*legal person*) yang setara dengan warga negara di mana MNCs tersebut diciptakan.<sup>10</sup>

Kaitan pandemi COVID-19 dengan MNCs terlihat dari tataran individu. Sebagai manusia, seorang individu pasti memiliki kebutuhan baik material maupun nonmaterial. Salah satu kebutuhan manusia adalah kebutuhan yang bersifat fisiologis (*physiological needs*). Kebutuhan fisiologis ini meliputi tiga hal fundamental, yaitu sandang, pangan, dan papan. Tingkat kebutuhan ini merupakan teori yang menjadi dasar bagi seseorang untuk melakukan sesuatu demi memperoleh kebutuhan tersebut.<sup>11</sup> Kebutuhan akan sandang merupakan hal mendasar namun, semakin berkembangnya zaman, manusia mulai bisa menciptakan model-model pakaian yang sesuai dengan tren. Inilah yang dijadikan kesempatan oleh para pedagang untuk menjual pakaiannya. Dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin modern berdampak juga terhadap cara masyarakat dalam transaksi jual dan beli sandang.

Hannes & Mauritz AB atau yang lebih sering dikenal sebagai H&M merupakan salah satu *brand fashion* yang berasal dari negara Swedia yang telah lumayan dikenal masyarakat, tidak hanya di negara asalnya, bahkan juga dikenal di Indonesia. H&M sendiri bergerak tidak hanya menjual pakaian perempuan dewasa, namun juga menjual pakaian laki-laki, bahkan pakaian anak-anak. H&M juga kerap menjual aksesoris serta alas kaki. H&M mengusung ide, tren yang mengikuti

---

<sup>10</sup> T. May Rudy, *Hukum Internasional 2*, (Bandung: Refika Aditama, 2019), 98.

<sup>11</sup> Elisa Sari and Rina Dwiarti, "Pendekatan Hierarki Abraham Maslow pada prestasi kerja karyawan PT. Madubaru (PG Madukismo) Yogyakarta," *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis* 6, no. 1 (April 9, 2018): 58, <https://doi.org/10.26486/jpsb.v6i1.421>.

perkembangan zaman, serta kualitas yang bisa dikatakan cukup bagus sehingga H&M memiliki reputasi sebagai yang baik di mata para konsumen dan tidak sedikit orang rela membelanjakan uangnya untuk membeli pakaian dari H&M.<sup>12</sup>

Di Indonesia sendiri, H&M mulai dikenal sejak melakukan ekspansi dan membuka toko pertamanya pada bulan Oktober 2013. Pembukaan H&M ini dilatarbelakangi karena maraknya masyarakat Indonesia yang pergi ke negara tetangga seperti Malaysia dan Singapura untuk membeli pakaian dari H&M, sehingga H&M melihat peluang bisnis yang baik apabila membuka pasar baru di Indonesia. H&M sendiri dapat dikatakan sebagai brand *Fast Fashion* yang sangat menaruh perhatian di perkembangan tren dalam kurun periode tertentu. H&M sendiri kerap bekerja sama dengan perancang busana untuk mengikuti perkembangan mode yang cepat, dan tidak jarang H&M bekerja sama dengan seniman, aktor, judul film atau karakter yang sedang naik daun agar para penggemarnya dapat berbelanja di H&M.

H&M dapat dikatakan sebagai perusahaan besar yang turut merasakan hantaman saat pandemi COVID-19. Penelitian ini sendiri akan terfokus pada H&M pada periode 2020–2022 di mana pandemi COVID-19 sedang terjadi secara global. H&M sebagai *retailer fashion* terbesar kedua di dunia bahkan menutup 250 dari toko-tokonya secara global akibat pandemi yang muncul awal tahun 2020, telah memberikan dampak penurunan yang drastis pada bisnis di seluruh dunia. Adanya penurunan signifikan dalam permintaan, sehingga menyebabkan pergeseran kurva

---

<sup>12</sup> “Our Values,” H&M Group, last modified January 5 2024, <https://hmgroupp.com/about-us/our-values.html>



permintaan. Penjualan dari H&M mengalami penurunan yang drastis selama masa-masa pandemi COVID-19

Melihat dari penjabaran yang telah dipaparkan di atas, penelitian ini akan mencoba menganalisis hal-hal yang diterapkan oleh H&M dan strategi-strategi yang diterapkan oleh H&M dalam menghadapi pandemi COVID-19 dan selanjutnya akan diberi judul **“Strategi H&M sebagai Perusahaan Multinasional yang Bergerak di Bidang *Fast Fashion* dalam Menanggapi COVID-19”**.

## **1.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang yang dijabarkan penulis, H&M merupakan salah satu MNC yang terkena imbas dari pandemi COVID-19. Kondisi pandemi membuat penjualan produk H&M kian merosot drastis dan salah satu konsekuensinya adalah membuat beberapa toko H&M di tiap-tiap negara ditutup guna mempertahankan sebagian toko lainnya agar tetap bisa bertahan di era COVID-19. Perlu ada penelitian untuk melihat tanggapan global H&M terhadap pandemi COVID-19. Oleh karena itu, penulis merumuskan pertanyaan penelitian dan mencoba menggali strategi yang diterapkan brand H&M dalam menghadapi pandemi COVID-19 dengan pertanyaan penelitian: Bagaimana strategi H&M sebagai MNC yang bergerak di bidang *Fast Fashion* dalam menanggapi COVID-19?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang penulis buat adalah untuk menjawab serta mengkaji strategi dari H&M yang merupakan aktor non negara yaitu perusahaan multinasional yang bergerak di bidang *Fast Fashion* di tengah guncangan pandemi COVID-19 yang dimulai pada 2020 lalu.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan gambaran bagaimana aktor nonnegara seperti perusahaan multinasional yang dalam penelitian ini adalah H&M, dapat berupaya membuat strategi guna bertahan di tengah pandemi COVID-19 sebagai MNC yang bergerak di bidang *Fast Fashion*. Penulis juga berharap, penelitian ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa serta mahasiswi di bidang Hubungan Internasional sebagai referensi dalam penulisan karya ilmiah di kemudian hari yang memiliki keterkaitan dengan masalah dan ruang lingkup yang serupa.

### 1.5. Sistematika Penulisan

Dalam rangkain penulisan skripsi ini, penulis membagi sistematika penulisan menjadi lima bagian. Bagian-bagian tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

**BAB I:** Pada bab yang pertama ini, penulis menyajikan latar belakang dari penulisan penelitian. Penulis juga mengajukan satu rumusan masalah yang selanjutnya akan penulis jadikan bahan pembahasan dalam penulisan skripsi ini. Bab ini juga mencakup tujuan, manfaat, dan sistematika dari skripsi.

**BAB II:** Bab yang kedua ini berisikan kerangka berpikir dari penelitian. Kerangka berpikir terdiri dari dua bagian, yaitu tinjauan pustaka dari penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan pokok bahasan serta teori dan konsep yang penulis gunakan dalam penelitian ini, yaitu, teori Liberalisme, konsep MNC, *Fast Fashion*, dan strategi bisnis yang didalamnya ada strategi biaya yang rendah (*cost leadership*) , strategi pembedaan produk dan jasa (SEPA) (*differentiation*) , strategi inovasi (*innovation*), strategi tumbuh (*growth*) , dan strategi kerjasama (*alliance*)

**BAB III:** Pada bab yang ketiga ini, penulis menguraikan pendekatan penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan juga teknik analisis data yang digunakan dalam penulisan penelitian ini.

**BAB IV:** Pada bab ini, penulis menguraikan analisis dari data yang terkumpul untuk menjawab rumusan masalah dengan menggunakan teori dan konsep-konsep yang ditentukan.

**BAB V:** Dalam bab ini, penulis menyampaikan kesimpulan yang mencakup tentang semua pembahasan yang telah diuraikan di bagian sebelumnya. Selain itu, bab ini juga memuat saran dan atau rekomendasi dari penulis terkait permasalahan yang ada.