

## DAMPAK *FAST FASHION* DAN PERAN DESAINER DALAM MENCIPTAKAN *SUSTAINABLE FASHION*

**Chanifathin Nidia**

S1 Pendidikan Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya  
[chanifathin@gmail.com](mailto:chanifathin@gmail.com)

**Ratna Suhartini**

Pendidikan Kesejahteraan Keluarga, Universitas Negeri Surabaya  
[ratnasuhartini@unesa.ac.id](mailto:ratnasuhartini@unesa.ac.id)

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui konsep *fast fashion* dan hubungannya dengan global fashion industri, (2) untuk mengetahui dampak lingkungan akibat berkembangnya industri *fast fashion*, dan (3) untuk mengeksplorasi peran desainer dalam menciptakan *sustainable fashion*. *Fast fashion* adalah model bisnis yang menawarkan pakaian yang murah dan trendi, hasil kolaborasi produsen, pemasok, dan konsumen, yang perputarannya sangat cepat berganti untuk memenuhi dan menguasai pasar mode. Sebuah penekanan pada kecepatan, kuantitas, dan ukuran mendorong budaya konsumsi dan industri, sehingga akan terjadi masalah terhadap kesejahteraan manusia, terutama polusi dan praktek perdagangan yang tidak adil. Industri *fast fashion* telah tumbuh lebih cepat dari industri fashion lainnya, sehingga mendorong disposibilitas yang lebih besar. Industri fashion menjadi penyumbang tekstil limbah yang berakhir di tempat pembuangan sampah, sementara bahan sintetis tidak dapat terurai. Desainer merupakan salah satu aktor dalam membuat produk fashion, sehingga perannya dalam menciptakan fashion yang *sustainable* sangat bermanfaat dalam ikut menyelamatkan planet bumi. Konsep yang diusulkan penulis yang bisa menjadi alternatif dalam menciptakan fashion yang *sustainable* antara lain: *ethical fashion*, *eco label*, *quality & durability*, *timeless* desain, *local & traditional*, *recycling & upcycling*, *zero waste & modular structures*.

**Kata Kunci:** mode cepat, *sustainable fashion*, fashion etis

### Abstract

*The objectives of this study are (1) to find out the concept of fast fashion and its relationship with the global fashion industry, (2) to determine the environmental impact of the fast fashion industry, and (3) to explore the role of designers in creating sustainable fashion. Fast fashion is a business model that offers cheap and trendy clothing, the collaboration of producers, suppliers and consumers, whose turnover is very fast changing to meet and dominate the fashion market. An emphasis on speed, quantity and size encourages consumption culture and industrial, so there will be problems with human welfare, especially pollution and unfair trade practices. The fast fashion industry has grown faster than other fashion industries, thereby encouraging greater disposibility. The fashion industry contributes to waste textiles which end up in landfills, while synthetic materials cannot be decomposed. Designers are one of the actors in fashion industry, so their role in creating sustainable fashion is very useful to save the earth. The concept proposed by the author that can be an alternative in creating sustainable fashion including ethical fashion, eco label, quality & durability, timeless design, local & traditional, recycling & upcycling, zero waste & modular structures.*

**Keywords:** *fast fashion*, *sustainable fashion*, *ethical fashion*

### PENDAHULUAN

*"The fashion industry is one of the global industries that has short cycles, fluctuating demand, extraordinary product variations, long supply processes, and complicated supply chains."* Yang artinya Industri fashion merupakan salah satu

global industri yang memiliki ciri siklus yang pendek, permintaan yang fluktuatif, variasi produk yang luar biasa, proses pasokan yang panjang, dan rantai pasokan yang kompleks (Sen, 2008).

Pengecer/ritel pakaian internasional dipercaya sebagai pendorong globalisasi industri

fashion. Kesuksesan merek Zara dan H&M yang merupakan industri ritel bertentangan dengan model konvensional. Beberapa industri ritel tidak memiliki pabrik di negara asalnya, justru pabriknya berada di beberapa negara berkembang, yang memiliki tenaga kerja yang lebih murah. Karakteristik struktural yang dimodifikasi dalam rantai pasokan telah memaksa pengecer/ritel membuat biaya rendah, fleksibilitas dalam desain dan kualitas, serta kecepatan pengiriman ke pasar.

*“The clothing industry has evolved from a seasonally based collection to a very fast-changing industry. The fashion industry had previously been able to anticipate fashion, create and even impose it on consumers. They will test the product, write down preferences, and finally develop a homogeneous fashion with a guaranteed market for the company.”* Yang artinya industri pakaian telah berevolusi dari koleksi berdasarkan musim, menjadi industri yang sangat cepat berganti. Industri fashion sebelumnya dapat mengantisipasi mode, menciptakan, dan bahkan memaksakannya pada konsumen. industri pakaian akan menguji produk, menuliskan preferensi, dan akhirnya mengembangkan mode yang homogen dengan pasar yang terjamin untuk perusahaan (Dari, 2010). Siklus distribusi produk adalah enam bulan. Perusahaan harus memikirkan manajemen produk mereka yang bersifat sementara karena fenomena mode yang selalu berubah. Perusahaan harus mengantisipasinya dengan memilih tren yang akan terjadi besok, bahkan mereka bergantung pada pihak ketiga dalam memilih tren.

Munculnya industri ritel internasional yang bersaing dengan cara menyediakan tren fashion dengan harga murah, jumlah terbatas dan cepat berganti, telah memaksa konsumen untuk selalu mengunjungi toko dan membeli produknya. *Fast fashion* ditandai oleh beberapa faktor pemasaran seperti prediksi yang rendah, pembelian impuls

tinggi, siklus hidup yang lebih pendek dan permintaan pasar yang tinggi, sehingga pendekatan “kecepatan ke pasar” adalah prioritasnya (Bhardwaj dan Fairhurst, 2010).

Berkembangnya industri *fast fashion* yang menekankan pada kecepatan, kuantitas dan ukuran mendorong budaya konsumsi, sehingga akan terjadi masalah terhadap kesejahteraan manusia, seperti perdagangan yang tidak adil, pemanasan global, polusi, dan peningkatan jumlah sampah. Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui konsep *fast fashion* dan hubungannya dengan global fashion industri, (2) untuk mengetahui dampak lingkungan akibat berkembangnya industri *fast fashion*, dan (3) untuk mengeksplorasi peran desainer dalam menciptakan *sustainable fashion*. Penelitian ini berfokus pada literatur tentang *fast fashion*, global fashion industri dan dampak lingkungan. Kajian literatur ini akan memberi gambaran bagi fashion desainer untuk mengetahui kondisi global fashion industri saat ini dan bagaimana cara mengambil peran sebagai salah satu aktor di industri fashion.

#### **FAST FASHION DAN GLOBAL INDUSTRI**

*“Fast fashion is a business strategy that aims to reduce the processes involved in the buying cycle and lead the time in introducing new fashion products to stores, to meet consumer demand.”* Yang artinya *Fast fashion* adalah strategi bisnis yang bertujuan untuk mengurangi proses yang terlibat dalam siklus pembelian dan memimpin waktu dalam memasukkan produk fashion baru ke toko-toko, untuk memenuhi permintaan konsumen (Barnes & Lea-Greenwood, 2006). Dari segi supplier, *fast fashion* adalah industri pakaian yang memperhatikan hubungan antara pembeli dan pemasok, respon yang cepat dan manajemen rantai pasokan untuk mendapatkan keunggulan di pasar.

Sedangkan dari segi konsumen merupakan pakaian yang murah dan trendi, yang sangat cepat perubahannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang mengerti mode pada waktu yang tepat di pasar (Bhardwaj dan Fairhurst, 2010). Menurut Caro dan Martínez (2015), “*Fast fashion is a business model that offers fashionable clothes at affordable prices.*” Yang artinya *fast fashion* adalah model bisnis yang menawarkan pakaian modis dengan harga terjangkau. Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan *fast fashion* adalah model bisnis yang menawarkan pakaian yang murah dan trendi, hasil kolaborasi produsen, pemasok, dan konsumen, yang perputarannya sangat cepat berganti untuk memenuhi dan menguasai pasar mode.

Ciri-ciri bisnis *fast fashion* menurut Tokatli (2008) antara lain (1) bisnis *fast fashion* berusaha memasukkan produk di pasar dengan segera, bisnis *fast fashion* meningkatkan jumlah pengecer/ritel di seluruh dunia sehingga semakin dapat menjangkau semakin banyak pelanggan; (2) ada kebutuhan untuk menghubungkan permintaan pelanggan dengan operasi hulu desain, pengadaan, produksi dan distribusi; (3) *fast fashion* membutuhkan siklus pengembangan pendek, prototyping cepat, dan banyak variasi sehingga pelanggan ditawarkan desain terbaru dalam jumlah terbatas; dan (4) rantai pasokan yang sangat cepat dan sangat responsif.

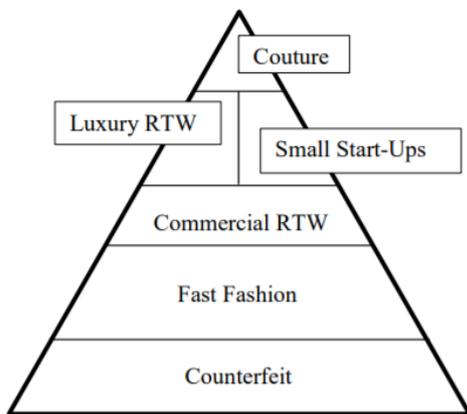
Menurut Bhardwaj dan Fairhurst (2010), pada tahun 1980-an struktur dasar industry fashion secara tradisional menggunakan kemampuan meramalkan trend fashion dan permintaan konsumen jauh hari sebelum waktu *launching* produk yang dikenal dengan istilah pakaian siap pakai. Menurut Caro dan Martínez (2015), “*For many years the fashion industry worked on the concept of collection. The fashion pouch is updated twice a year: at the beginning of the calendar year the Spring-Summer collection is introduced, at the*

*end of the summer the Fall-Winter collection is released.*” Yang artinya selama bertahun-tahun industri *fashion* bekerja dengan konsep koleksi. Poduk *fashion* diperbarui dua kali setahun: pada awal tahun kalender koleksi *Spring-Summer* diperkenalkan, pada akhir musim panas koleksi *Fall-Winter* dirilis. Laju perubahan *fashion* ini didukung oleh desain, komunikasi (*catwalk* dan *mock-up*), penjualan dan pemasaran (*catalogs, advertising*) yang mengikuti konsep pola dua tahunan. Sehingga, perencanaan produk *fashion* dengan pendekatan ini dianggap statis. Sebaliknya, industri *fast fashion* dapat merancang, memproduksi, dan mendistribusikan produk-produk baru secara dinamis, baik di awal maupun di tengah musim.

Pada sekitar tahun 2000 peritel fashion bersaing dengan cara kecepatan pasar dan penyediaan dengan cepat trend fashion yang diadopsi dari dari trend peragaan busana, yang disebut dengan istilah *quick fashion*. Dinamika industri fashion sejak saat itu membuat pengecer/ritel menginginkan biaya rendah, fleksibilitas dalam desain, kualitas, dan kecepatan pengiriman ke pasar. Pengecer/peritel termasuk merek Benetton, H&M, Topshop dan Zara telah merevolusi industri *fashion* dengan strategi yang dikenal dengan demokratisasi *couture* dan membawa barang trendi dengan harga terjangkau ke massa. Menurut peritel *fast fashion* telah menggantikan peritel tradisional pakaian siap pakai dimana desainerlah yang mendikte trend, sementara industry *fast fashion* merupakan surga bagi konsumennya dengan trend yang berubah dengan cepat. Rantai mode cepat telah tumbuh sangat cepat dan memperoleh keuntungan 5%-20% di Eropa dan Amerika (Sull dan Turconi, 2008).

Berdasarkan gambar 1, industri *fashion* digambarkan dalam piramida berdasarkan segmentasi pasar. Ada berbagai segmen pasar

industri fashion mulai dari *haute couture*, *ready-to-wear* (*luxury* dan komersil), *start-ups*, *fast fashion* dan *counterfeit*. Setiap segmen tersebut menggunakan metode khusus untuk target pasar ritel, mulai dari branding, harga, kualitas, ketersediaan, reputasi, dan keberlanjutan, yang merupakan hanya beberapa alat marketing mereka. *Couture* mewakili lambang kulaitas dan rasa, begitu pula *luxury* yang bergantung pada reputasi *brand* dan *value* sebagai simbol status kekayaan. Tetapi berbeda dengan *fast fashion*, mereka bergantung pada konsumen yang menjadikan belanja sebagai kebiasaan dan gaya hidup. Harga rendah dan pergantian produk yang cepat menjadikan kebiasaan yang berkelanjutan bagi konsumen dalam berbagai tingkat ekonomi (Lambert, 2014).



Gambar 1. Piramida Fashion Industri

Sumber: Lambert (2014)

Menurut Tokatli (2008) ada dua kategori *fast fashion retailers* yaitu yang memiliki pabrik seperti merek Beneton dan Zara, dan yang tidak memiliki pabrik seperti merek Gap, H&M, dan Mango. Retailer/pengecer tanpa pabrik tentu saja tidak memproduksi pakaian retailer/pengecer tersebut tetapi dialihkan (*outsorce*) ke perusahaan lain, retailer/pengecer tanpa pabrik adalah pendorong utama globalisasi industry pakaian. H&M memiliki 21 kantor produksi: 10 di Eropa dan Asia, lainnya di Afrika. Mereka memiliki sekitar 750 pabrik, 60% di

Asia dan sisanya di Eropa. Mereka melakukan outsourcing ke sebagian Negara-negara industri, dimana tenaga kerja lebih murah secara signifikan.

Dalam situs Wikipedia terdapat lebih dari 40 *brand fast fashion*. Caro dan Martínez (2015) menyebutkan tujuh belas *brand fast fashion* yang sering disebut melalui *Factiva* database (tabel 1). *Brand* tersebut adalah perusahaan ritel yang memiliki toko *offline* (*brick & mortar store*) dan *online*, bukan *trendsetter* melainkan pengikut mode yang menargetkan kelas menengah kebawah. Zara dan H&M telah melakukan perubahan radikal pada siklus desain untuk menyediakan *fashion on demand*. Zara dan H&M tidak menggunakan sistim koleksi, melainkan memilih pada tingkat kelengkapan barang, yang mencakup semua ukuran dan warna pakaian. Waktu pemesanan bisa hanya dalam waktu beberapa minggu, terutama untuk pakaian trendi dalam jumlah kecil (Caro dan Martínez, 2015).

Tabel 1. Top *Brand Fast Fashion*

Sumber: Caro dan Martínez (2015)

Ranking	Nama Brand
1	H&M
2	Zara
3	Gap
4	Uniqlo
5	Topshop
6	Forever 21
7	Mango
8	Weat Seal
9	Benetton
10	New Look
11	Esprit
12	C&A
13	American Apparel
14	Urban Outfitters
15	Peacocks
16	Charlotte Russe
17	Armani Exchange

## **FAST FASHION DAN DAMPAK LINGKUNGAN**

Fast fashion telah menjadi model bisnis yang paling terkenal di industri fashion karena kinerjanya yang mengesankan di pasar global beberapa tahun terakhir. Konsumsi dipuji sebagai mesin ekonomi kapitalistik di seluruh dunia pada abad XX. Nilai-nilai materialistis tersebar begitu luas sehingga banyak yang percaya bahwa semakin banyak benda yang dimiliki seseorang, semakin baik kehidupannya. Sebuah penekanan pada kecepatan, kuantitas, dan ukuran mendorong budaya konsumsi dan industri, sehingga akan terjadi masalah terhadap kesejahteraan manusia. Contohnya adalah masalah lingkungan seperti pemanasan global, penipisan ozon, polusi air dan udara, hilangnya spesies, dan erosi lahan pertanian (Kim dkk, 2013).

Fashion merupakan salah satu industri yang paling berpolusi di dunia. Bick dkk (2018), menyatakan "*There are environmental hazards during fashion production, especially about global textile supplies both natural fibers and synthetic fibers.*" Yang artinya adanya bahaya lingkungan selama produksi fashion, terutama tentang pasokan tekstil global baik serat alami maupun serat sintetis. Penanaman kapas membutuhkan pasokan air yang besar dan juga sejumlah besar pestisida yang mencemari lingkungan. Sedangkan serat sintetis berasal dari minyak bumi yang tidak bisa diperbarui. Pewarnaan tekstil menghasilkan limbah yang sangat berbahaya dan mencemari air dan tanah. Dalam proses produksi industri garmen juga terjadi banyak kasus tentang standar pekerjaan dan keselamatan. Seperti yang pernah terjadi di Bangladesh, runtuhnya pabrik garmen yang menelan banyak korban jiwa.

Carey dan Cervellon (2014) mengungkapkan bahwa akibat permintaan konsumen untuk barang-barang fashion murah menyebabkan industri fashion menurunkan biaya produksi sehingga

mengorbankan standar etika, menggunakan praktek kerja yang tidak adil, rantai pasokan dan praktek distribusi yang tidak efisien energi, untuk tetap bisa berkompetitif di industri fashion. Haug dan Busch (2016) berpendapat terdapat tiga hal utama dampak lingkungan dari industri fashion, yaitu (1) siklus percepatan mode baru, (2) penurunan harga pakaian, dan (3) biaya produksi yang rendah di negara berkembang. Siklus percepatan mode pada industri *fast fashion* telah tumbuh lebih cepat dari industri fashion lainnya, sehingga mendorong disposibilitas yang lebih besar.

Weber dkk (2017) menyebutkan "*85% of all textile waste in America ends up in landfills. Within a span of 10 years the waste increased to 40%. In Canada textiles account for 10% of waste.*" Yang artinya 85% dari semua limbah tekstil di Amerika berakhir di tempat pembuangan sampah. Dalam rentang 10 tahun limbah tersebut meningkat menjadi 40%. Di Canada tekstil menyumbang 10% limbah. Penimbunan sampah adalah bentuk dominan dari pengelolaan limbah, sementara bahan sintetis tidak dapat terurai.

Munculnya dan fenomena *fast fashion* sering dikaitkan dengan perubahan social-budaya dalam gaya hidup konsumen, yang secara terus menerus mendapat pengetahuan tentang tren mode baru dan merasa perlu beradaptasi dengan tren mode. Ini adalah fakta yang telah menuntut industri fashion untuk merespon dengan cepat dan mengubah tren mode yang menjadi tuntutan konsumen. Peningkatan pembelian fashion telah menyebabkan fenomena baru membuang pakaian yang hanya dipakai beberapa kali saja.

## **PERAN DESAINER DALAM MENCIPTAN SUSTAINABLE FASHION**

Konsep *sustainable* fashion telah menjadi tren di industri fashion. *Sustainable* fashion merupakan gerakan kearah pakaian dan produk fashion lainnya

yang ramah lingkungan dan menghargai masyarakat dimana pakaian itu diproduksi. Desainer merupakan salah satu aktor dalam membuat produk fashion, sehingga perannya dalam menciptakan fashion yang *sustainable* sangat bermanfaat dalam ikut menyelamatkan planet bumi. Berikut adalah konsep yang diusulkan penulis yang harus dipahami seorang fashion desainer dalam menciptakan fashion yang *sustainable*.

### **Ethical Fashion**

Seorang desainer harus mempelajari dan memperhatikan tentang *ethical fashion* atau pakaian yang etis. *Ethical fashion* mengacu pada pakaian yang mempertimbangkan dampak produksi dan perdagangan terhadap lingkungan dan orang-orang yang terlibat dalam pembuatan pakaian yang orang kenakan (Haug dan Busch (2016). Ditekankan pula oleh Barnes dkk (2006), "*Ethical fashion is fashionable clothing that combines the principles of fair trade with good workplace conditions, does not damage the environment, and seeks to use organic materials that can be released naturally.*" Yang artinya fashion etis adalah pakaian modis yang menggabungkan prinsip-prinsip perdagangan yang adil dengan kondisi tempat kerja yang baik, tidak merusak lingkungan, dan berupaya menggunakan bahan organik yang dapat terurai secara alami.

*Ethical fashion* diidentifikasi pada (1) masalah kerusakan lingkungan dan (2) kondisi yang tidak adil bagi yang terlibat dalam proses produksi. Masalah lingkungan seperti polusi air, konsumsi air yang berlebihan, banyak limbah produksi yang dibuang, merupakan beberapa penyebab kerusakan lingkungan. Sebagai fashion desainer harus berupaya untuk mengurangi limbah dalam proses produksinya, atau memanfaatkan limbah produksi untuk barang lain. Kondisi pekerja juga harus diperhatikan. Isu tentang *sweatshop* pada pabrik garmen yang memperkerjakan pekerjanya di tempat

yang kurang layak, dengan tuntutan tinggi dan upah yang dibawah standar, telah mencoreng industri garmen, terutama industri *fast fashion*. Oleh karena itu keadilan system upah dan kondisi tempat kerja menjadi salah satu prinsip *ethical fashion*.

### **Eco Label**

Salah satu cara mengidentifikasi *sustainable fashion* adalah dengan menggunakan label ramah lingkungan. Sehingga konsumen yang mencari pakain yang diproduksi secara ramah lingkungan, mereka mudah menemukan melalui label tersebut. Pelabelan merupakan salah satu strategi pemasaran produk (Haug dan Busch, 2016). Ada beberapa istilah yang digunakan dalam label pakaian ramah lingkungan, antara lain: *eco, green, natural, organic* dan *sustainable*.

Tetapi beberapa masyarakat berpendapat pencantuman label tidak cukup transparan, apakah industri garmen benar-benar menggunakan bahan ramah lingkungan atau bebas *sweatshop*. Sehingga untuk lebih jauh diperlukan sertifikasi dari organisasi yang terpercaya. Contohnya FAIRTRADE adalah independent sertifikasi yang digunakan 115 negara yang menyatakan bahwa produk telah sesuai dengan standar perdagangan yang adil. ISO 14000 merupakan sertifikasi bahwa perusahaan telah memenuhi aspek *sustainability* (Haug dan Busch, 2016). Contoh lain adalah SA8000, the WWF, the Soil Association, the FSC, the EU flower, the Carbon Trust, and the Oeko-Tex 100 (Henninger, 2015).

### **Quality & Durability**

Kualitas dan daya tahan pakaian merupakan prinsip dalam memproduksi *sustainable fashion*. Kualitas barang berhubungan dengan daya tahan barang dalam jangka waktu yang lama. Sebuah pakaian dengan kualitas yang bagus, meskipun dipakai berulang kali akan tetap baik

penampilannya. Sehingga pakaian tersebut tetap tersimpan dalam almari pakaian, sebaliknya pakaian dengan kualitas buruk akan cepat dibuang ke tempat sampah. Seorang desainer harus berupaya menjaga kualitas pakaian, baik dari segi bahan yang digunakan maupun teknik jahit yang diterapkan.

*Sustainable fashion* dapat dilihat dari manfaat jangka panjang, meskipun harga lebih mahal tetapi karena kualitasnya yang baik, maka akan memiliki umur lebih panjang sehingga hemat uang dan juga tidak mudah dibuang. Niinimäki dan Hassi (2011) menyebut *sustainable fashion* sebagai produk *slow fashion* yang bertujuan memperpanjang masa pakai produk fashion dan untuk memperoleh kepuasan produk.

#### **Timeless**

*Sustainable fashion* dapat diidentifikasi sebagai pakaian yang dapat dipakai dalam jangka waktu yang lama, oleh karena itu desain sederhana dan bentuk klasik merupakan salah satu cirinya. Untuk menentang industri fashion dengan frekuensi tinggi, desainer mengadopsi desain fleksibel tanpa musim, fashion tidak didasarkan waktu tetapi berdasarkan kualitas (Barnes dkk, 2013). Diperkuat oleh Fletcher (2010) yang menyatakan "*Sustainable fashion called slow fashion is not based on quantity but based on quality, for that pieces without a season that can be used throughout the year.*" Yang artinya *sustainable fashion* yang disebut mode lambat tidak berdasarkan kuantitas namun berdasarkan kualitas, untuk itu potongan-potongan tanpa musim yang bisa dipakai sepanjang tahun.

*Mix and match* dapat menjadi pilihan pakaian yang lebih *sustainable*, karena tidak perlu memiliki banyak item pakaian untuk bisa sering berganti style. Desainer harus bisa menunjukkan bagaimana padu padan pakaian sebagai alternatif penampilan yang dibutuhkan customernya. Menurut Wong dkk (2009) *fashion mix and match* atau *fashion*

*coordination* saat ini mejadi tren dalam bisnis ritel dan menjadi keharusan untuk meningkatkan layanan pelanggan dan meningkatkan penjualan.

#### **Local & Traditional**

Salah satu prinsip *sustainability* adalah mengurangi biaya dan dampak lingkungan yang diakibatkan oleh transportasi. Oleh karena itu penggunaan bahan-bahan lokal dan pemasaran lokal sangat dianjurkan. Biaya pengiriman dari maupun luar negeri akan membutuhkan biaya transportasi dan bahan bakar yang semakin banyak. Selain itu bisnis lokal juga akan meningkatkan lapangan kerja di komunitas lokal.

Fletcher (2010) menyatakan siklus normal dalam membuat pakaian dengan teknik pembuatan secara tradisional dapat menjadi strategi untuk mode lambat yang menawarkan sudut pemasaran yang berbeda seperti menambahkan rasa estetika. Desain *sustainable fashion* menciptakan dan menambahkan item yang unik seperti *craftsmanship* dan *handcrafts* yang bisa mencerminkan identitas diri (Jung dan Jin, 2016). Seorang fashion desainer dapat menambahkan unsur keterampilan dan keteknikan tradisional untuk menambah *value* pada busana ciptaannya.

#### **Recycling & Upcycling**

*Recycling* didasarkan pada konversi bahan dari produk yang ada untuk membuat produk yang berbeda (Todeschini dkk, 2017), sedangkan *upcycling* adalah mengubah pakaian dengan menerapkan perubahan estetika sehingga menjadi pakaian yang baru dan menarik (Janigo dan DeLong, 2017). *Recycling* dan *upcycling* adalah strategi yang mendukung sirkulasi material dengan demikian dapat mengurangi penimbunan limbah fashion.

Seorang desainer dengan kemampuan estetikanya dapat ikut berkontribusi dalam

mengurangi limbah fashion dengan *fashion recycling* dan *upcycling*. Dalam pembuatan pakaian dengan metode *recycling* dan *upcycling*, tidak membatasi penggunaan kain tertentu, melainkan didasarkan pada ketersediaan bahan yang tidak terpakai. Pengumpulan limbah tekstil pasca-konsumen dan pasca-industri sebagai sumber bahan utama merupakan agenda utama dalam penentuan desain, selain itu fleksibilitas desain juga sebagai salah satu rangkaian proses koleksi desain yang dibuat (Han dkk, 2017).

### **Zero Waste & Modular Structures**

*Zero waste* telah populer sebagai cara pembuatan produk yang ramah lingkungan. Konsep *zero waste* berdasarkan gagasan untuk meminimalkan limbah material dalam produksi pakaian (Todeschini dkk, 2017). *Zero waste* bertujuan untuk menghilangkan limbah kain dalam fase pemotongan pola (Niinimäki, 2013). Metode *zero waste* merupakan proses pembuatan pakaian tanpa limbah yang memberikan tantangan terutama pada desain, karena pada saat yang sama desainer harus memikirkan masalah estetika dan fungsional pakaian secara bersamaan (Carrico dan Kim, 2013).

Menurut Niinimäki dan Hassi (2011), struktur modular memungkinkan pembongkaran dan pemasangan kembali dengan cepat. Konsep ini menawarkan personalisasi produk melalui modifikasi, seperti beberapa potong pakaian yang dapat diubah, atau konsumen dapat memilih detail sesuai warna atau bahan favoritnya. kelebihan lain dari struktur modular adalah bagian pakaian yang mudah kotor dapat dilepas dan dicuci secara terpisah. Pakaian dengan struktur modular dapat memberikan kepuasan dan memperpanjang usia produk, dengan komponen yang dapat dipisahkan dan

digabungkan kembali memungkinkan untuk mengganti komponen baru tanpa kehilangan fungsionalitas utamanya (Ülkü dan Hsuan, 2017). Gambar 1 adalah contoh desain struktural modular karya Amber Valetta berupa 5 bagian pakaian yang bisa dilepas dan dirangkai, sehingga menghasilkan beberapa *style*. Fashion desainer bisa mempraktekkan dan eksplorasi metode *zero waste* dan struktur modular untuk menciptakan *sustainable fashion*.



Gambar 2. Struktur Modular by Amber Valetta

Sumber: <http://fashion.telegraph.co.uk/>

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

*Fast fashion* adalah model bisnis yang menawarkan pakaian yang murah dan trendi, hasil kolaborasi produsen, pemasok, dan konsumen, yang perputarannya sangat cepat berganti untuk memenuhi dan menguasai pasar mode. Ciri-ciri bisnis *fast fashion* antara lain (1) mereka berusaha memasukkan produk di pasar dengan segera, mereka meningkatkan jumlah pengecer/ritel di seluruh dunia sehingga semakin dapat menjangkau semakin banyak pelanggan; (2) ada kebutuhan untuk menghubungkan permintaan pelanggan dengan operasi hulu desain, pengadaan, produksi dan distribusi; (3) *fast fashion* membutuhkan siklus pengembangan pendek, prototyping cepat, dan banyak variasi sehingga pelanggan ditawarkan

desain terbaru dalam jumlah terbatas; dan (4) rantai pasokan yang sangat cepat dan sangat responsif.

Sebuah penekanan pada kecepatan, kuantitas, dan ukuran mendorong budaya konsumsi dan industri, sehingga akan terjadi masalah terhadap kesejahteraan manusia, terutama polusi dan paraktek perdagangan yang tidak adil. Industri *fast fashion* telah tumbuh lebih cepat dari industri *fashion* lainnya, sehingga mendorong disposibilitas yang lebih besar. Industri *fast fashion* menjadi penyumbang tekstil limbah yang berakhir di tempat pembuangan sampah, sementara bahan sintetis tidak dapat terurai. Selain itu, *fast fashion* bertanggung jawab atas hampir 10 persen dari emisi gas global yang mengakibatkan pemanasan global. Gas rumah kaca dan berbagai pestisida dan pewarna dilepaskan ke lingkungan oleh industri *fast fashion*. Meningkatnya permintaan akan *fast fashion* secara terus-menerus menambah pelepasan limbah dari pabrik-pabrik tekstil, yang mengandung pewarna dan larutan kaustik. Bahan yang digunakan tidak hanya mempengaruhi lingkungan pada produk tekstil, tetapi juga pekerja dan orang-orang yang memakai pakaian. Zat berbahaya pada pembuatan produk *fast fashion* mempengaruhi semua aspek kehidupan dan dilepaskan ke lingkungan sekitar.

Desainer merupakan salah satu aktor dalam membuat produk fashion, sehingga perannya dalam menciptakan fashion yang *sustainable* sangat bermanfaat dalam ikut menyelamatkan planet bumi. Berikut adalah konsep yang diusulkan penulis yang bisa menjadi alternatif dalam menciptakan fashion yang *sustainable* antara lain: *ethical fahion*, *eco label*, *quality & durability*, *timeless* desain, *local & traditional*, *recycling & upcycling*, dan *zero waste & modular structures*.

#### Saran

*Fast fashion* adalah konsep yang akan terus mempengaruhi industri fashion selama beberapa

dekade ke depan dan akan memiliki efek langsung pada budaya konsumtif masyarakat dan dampak lingkungan yang diakibatkannya. Studi tentang *sustainable fashion* diharapkan akan lebih mendukung fashion desainer dan masyarakat untuk bersama-sama menciptakan dan mengkonsumsi pakaian yang ramah lingkungan dan adil bagi para pekerja yang membuatnya. Studi ini terbatas pada literatur *fast fashion* dan sekilas ide bagaimana peran desainer dalam menciptakan fashion yang lebih *sustainable*. Studi selanjutnya diharapkan lebih jauh membahas tentang atribut-atribut *sustainable fashion* yang lebih mendalam dan spesifik yang dapat memberikan ide pada fashion desainer dengan lebih baik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Barnes, L., & Lea-Greenwood, G. (2006). Fast fashioning the supply chain: shaping the research agenda. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*.
- Barnes, L., Lea-Greenwood, G., Gabrielli, V., Baghi, I., & Codeluppi, V. (2013). Consumption practices of fast fashion products: a consumer-based approach. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*.
- Bhardwaj, V., & Fairhurst, A. (2010). Fast fashion: response to changes in the fashion industry. *The international review of retail, distribution and consumer research*, 20(1), 165-173.
- Bick, R., Halsey, E., & Ekenga, C. C. (2018). The global environmental injustice of fast fashion. *Environmental Health*, 17(1), 92.
- Caro, F., & Martínez-de-Albéniz, V. (2015). Fast fashion: Business model overview and research opportunities. In *Retail supply chain management* (pp. 237-264). Springer, Boston, MA.
- Carey, L., & Cervellon, M. C. (2014). Ethical fashion dimensions: pictorial and auditory depictions through three cultural perspectives. *Journal of Fashion Marketing and Management*.
- Carrico, M., & Kim, V. (2014). Expanding zero-waste design practices: a discussion paper. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 7(1), 58-64.

- Dari, L. (2010). Third party stakeholders: The key to coepetition strategies in the ready-to-wear sector?. *International Review of Business Research Papers*, 6(1), 597-618.
- Fletcher, K. (2010). Slow fashion: An invitation for systems change. *Fashion Practice*, 2(2), 259-265.
- Han, S. L., Chan, P. Y., Venkatraman, P., Apeageyi, P., Cassidy, T., & Tyler, D. J. (2017). Standard vs. upcycled fashion design and production. *Fashion Practice*, 9(1), 69-94.
- Haug, A., & Busch, J. (2016). Towards an ethical fashion framework. *Fashion Theory*, 20(3), 317-339.
- Henninger, C. E. (2015). Traceability the new eco-label in the slow-fashion industry?—consumer perceptions and micro-organisations responses. *Sustainability*, 7(5), 6011-6032.
- Janigo, K. A., Wu, J., & DeLong, M. (2017). Redesigning fashion: An analysis and categorization of women's clothing upcycling behavior. *Fashion Practice*, 9(2), 254-279.
- Jung, S., & Jin, B. (2016). Sustainable development of slow fashion businesses: Customer value approach. *Sustainability*, 8(6), 540.
- Kim, H., Choo, H. J., & Yoon, N. (2013). The motivational drivers of fast fashion avoidance. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 17(2), 243-260.
- Lambert, M. (2014). The Lowest Cost at Any Price: The Impact of Fast Fashion on the Global Fashion Industry.
- Niinimäki, K., & Hassi, L. (2011). Emerging design strategies in sustainable production and consumption of textiles and clothing. *Journal of cleaner production*, 19(16), 1876-1883.
- Niinimäki, K. (2013). A renaissance in material appreciation: case study in zero waste fashion. *Journal of Textile Design Research and Practice*, 1(1), 77-92.
- Şen, A. (2008). The US fashion industry: a supply chain review. *International Journal of Production Economics*, 114(2), 571-593.
- Sheridan, M., Moore, C., & Nobbs, K. (2006). Fast fashion requires fast marketing: The role of category management in fast fashion positioning. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 10(3), 301-315.
- Sull, D., & Turconi, S. (2008). Fast fashion lessons. *Business Strategy Review*, 19(2), 4-11.
- Todeschini, B. V., Cortimiglia, M. N., Callegaro-de-Menezes, D., & Ghezzi, A. (2017). Innovative and sustainable business models in the fashion industry: Entrepreneurial drivers, opportunities, and challenges. *Business Horizons*, 60(6), 759-770.
- Tokatli, N. (2008). Global sourcing: insights from the global clothing industry—the case of Zara, a fast fashion retailer. *Journal of economic Geography*, 8(1), 21-38.
- Ülkü, M. A., & Hsuan, J. (2017). Towards sustainable consumption and production: Competitive pricing of modular products for green consumers. *Journal of cleaner Production*, 142, 4230-4242.
- Valetta, Amber (July 18, 2014). "Modular Structure". Lifestyle/Fashion. *The Telegraph UK*. Diakses 7 Mei 2020.
- Weber, S., Lynes, J., & Young, S. B. (2017). Fashion interest as a driver for consumer textile waste management: reuse, recycle or disposal. *International Journal of Consumer Studies*, 41(2), 207-215.
- Wong, W. K., Zeng, X. H., Au, W. M. R., Mok, P. Y., & Leung, S. Y. S. (2009). A fashion mix-and-match expert system for fashion retailers using fuzzy screening approach. *Expert Systems with Applications*, 36(2), 1750-176