

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Limbah yang dihasilkan oleh industri fesyen telah memunculkan konsep yang bernama *Sustainable Fashion*. United Nations Conference Of Trade And Development (2019), menyatakan bahwa fesyen adalah industri paling menimbulkan banyak sampah kedua di dunia setelah industri perminyakan. Secara jumlah, sebanyak 92 juta ton limbah tekstil dihasilkan setiap tahunnya atau setara dengan satu truk penuh dengan limbah terkait setiap detik. University of Alberta pada tahun 2010 menggagas sebuah definisi terhadap keberlanjutan yang berarti proses hidup dalam batas-batas sumber daya fisik, alam, dan sosial yang tersedia dengan cara yang memungkinkan sistem kehidupan di mana manusia tertanam untuk berkembang selamanya.. Kemunculan *Sustainable Fashion* juga didukung oleh *Sustainable Development Goals* yang diusung oleh PBB.

Peringkat sepuluh teratas merek usaha bidang fesyen di Indonesia berdasarkan jumlah pengikut di media sosial Instagram dan TikTok tidak ada yang menggunakan konsep *sustainable fashion* secara utuh. Beberapa pelaku usaha yang telah mengetahui masalah limbah fesyen dan mengedepankan konsep *Sustainable Fashion* telah mencoba untuk mengolah limbah dengan proses *upcycling*. Menurut Kay dan Pilz (1994) *upcycling* adalah proses transformasi barang yang sudah tidak terpakai menjadi sesuatu yang lebih berguna dan seringkali bernilai lebih tinggi daripada awalnya. Bagaimanapun juga, produk-produk olahan hasil proses *upcycling* tidak terlepas dari kekurangan. Sifat *upcycle* yang merupakan ekonomi linear menjadikan produk-produk hasil *upcycle* akan menjadi limbah kembali.

Contoh penerapan *Sustainable Fashion* yang lebih efektif dapat dilihat pada strategi yang dibuat oleh Nike bernama *Circularity* yang berlandaskan ekonomi sirkular. Sepuluh prinsip yang terkandung di dalamnya sudah terbukti efektif dalam mengurangi limbah yang dihasilkan oleh perusahaan mereka, sebagaimana yang telah mereka jelaskan dalam rilisan laporan keberlanjutan pada *website* mereka. strategi tersebut namun tidak cocok untuk diterapkan di Indonesia. Di samping keberhasilan strategi tersebut, prinsip-prinsip yang terkandung tidak sepenuhnya selaras dengan konsep *Sustainable Fashion* yang dikemukakan oleh Kozlowsky pada 2019 pada beberapa aspek, contohnya seperti aspek ekonomi, estetika dan budaya. *Circularity* adalah suatu strategi yang bersifat “*product-centered*”, sehingga

tidak bisa disesuaikan pada negara lain karena tidak memiliki aspek budaya, sementara faktor penyesuaian pada kearifan lokal diperlukan untuk penerapan suatu konsep *Sustainable Fashion*.

Penerapan konsep *Sustainable Fashion* yang sesuai sangat diperlukan di Indonesia terutama yang mengandung metode ekonomi sirkular. Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional Republik Indonesia/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional merilis Publikasi Rencana Pembangunan dan Rencana Kerja Pemerintah 2020-2024 yang menyebutkan ekonomi sirkular. Penelitian terhadap konsep *Sustainable Fashion* yang sesuai di Indonesia dapat dilakukan pada merek lokal yang menerapkan konsep *Sustainable Fashion*. Hal tersebut untuk memahami kekuatan dan limitasi yang masih dimiliki konsep tersebut di Indonesia. Aspek-aspek dalam teori *Sustainable Fashion* dapat diuji pada merek lokal yang dipilih.

Boolao sebagai merek fesyen lokal yang menerapkan konsep terkait akan menjadi objek yang akan diteliti. Boolao telah berpartisipasi dalam berbagai acara internasional seperti G20, Paris Fashion Week, New York Fashion Week dan juga berada di naungan DEKRANASDA kota Bandung. Keberhasilan merek tersebut untuk eksis dengan konsep keberlanjutan dapat melegitimasi pengalaman dan informasi yang mereka miliki mengenai penerapan konsep tersebut di Indonesia. Pengalaman dan informasi tersebut dapat diuji dengan aspek-aspek dalam teori *Sustainable Fashion* untuk memahami konsep terkait serta dapat menjadi acuan untuk merancang strategi penerapannya di Indonesia.

## **1.2 Perumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

1. Industri fesyen adalah penghasil limbah terbanyak kedua setelah industri perminyakan.
2. Merek usaha bidang fesyen di Indonesia peringkat sepuluh teratas berdasarkan jumlah pengikut di media sosial Instagram dan TikTok tidak ada yang menggunakan konsep *sustainable fashion* secara utuh.
3. Kekuatan dan limitasi konsep *Sustainable Fashion* di Indonesia masih harus dipahami oleh para pelaku industri fesyen di Indonesia.
4. Belum ada strategi penerapan *Sustainable Fashion* yang sesuai di Indonesia.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana kekuatan dan limitasi penerapan konsep *Sustainable Fashion* di Indonesia?
2. Bagaimanakah strategi yang tepat untuk penerapan konsep *Sustainable Fashion* di Indonesia?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Memahami kekuatan dan limitasi penerapan konsep *Sustainable Fashion* di Indonesia.
2. Merancang strategi penerapan konsep *Sustainable Fashion* di Indonesia.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Mampu menganalisis dan memahami kekuatan dan limitasi yang dimiliki Indonesia dalam konsep *Sustainable Fashion*.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penulis atau peneliti lain dalam pemahaman akan metode ekonomi sirkular dan penyesuaiannya di Indonesia. Bagi pengusaha fesyen lokal, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai strategi penerapan konsep *Sustainable Fashion*. Bagi pemerintah, hasil penelitian ini dapat membantu mewujudkan salah satu tujuan dari SDGs yang dikemukakan oleh PBB, yaitu “Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab” dan Rencana Pembangunan dan Rencana Kerja Pemerintah 2020-2024.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang penelitian yang menjelaskan fenomena *Sustainable Fashion* di Indonesia serta perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat yang berkaitan dengan topik tersebut.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka adalah bab yang membahas teori-teori yang berkaitan. Teori-teori pada penelitian ini antara lain adalah; teori *Sustainable Fashion* dan teori-teori dalam ekonomi sirkular. Teori-teori tersebut kemudian dibuat dalam

kerangka sehingga membentuk suatu asumsi. Selain itu, penelitian terdahulu akan dipaparkan untuk memperlihatkan kebaruan dari penelitian ini.

### 3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, lalu bagaimana tahapan-tahapan pengumpulan dan pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini. Metode pendekatan yang digunakan, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, uji validitas data dan metode analisis data adalah bagian-bagian yang dijelaskan dalam metode penelitian.

### 4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Boolao sebagai objek penelitian akan dijelaskan secara rinci. Hasil penelitian terhadap Boolao dipaparkan dalam bahasan yang dibagi tiap aspek dalam teori *Sustainable Fashion* dan dianalisis menggunakan SWOT untuk mendapatkan strategi yang optimal.

### 5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi jawaban pertanyaan yang telah dirumuskan sebelumnya serta saran yang menjadi penawaran rekomendasi.