

STRATEGI PENERAPAN KONSEP KEBERLANJUTAN BAGI PELAKU INDUSTRI FESYEN DI INDONESIA (STUDI KASUS: BOOLAO)

Ahmad Fathan Rizqi Irawan¹, Arini Arumsari²

^{1,2,3} *Desain, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1, Terusan Buah Batu – Bojongsong,
Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat, 40257
ahmadfathan@student.telkomuniversity.ac.id, ariniarumsari@telkomuniversity.ac.id*

Abstrak: Industri fesyen merupakan penyumbang limbah terbanyak kedua di dunia setelah industri perminyakan. Konsep Sustainable Fashion masih memerlukan penelitian lebih lanjut untuk bisa diterapkan ke Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk memahami kekuatan dan limitasi dari konsep Sustainable Fashion akan penerapannya di Indonesia. Pemahaman tersebut dilakukan melalui riset terhadap merek Boolao sebagai salah satu merek lokal yang telah berhasil menerapkan konsep terkait. Boolao adalah salah satu merek lokal dengan konsep Sustainable Fashion yang telah ikut serta dalam beberapa acara internasional seperti Paris Fashion Week dan G20. Metode pendekatan yang dipakai pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Pemahaman dilakukan dengan menyelaraskan lima aspek yang ada dalam teori Sustainable Fashion dengan kondisi lapangan objek penelitian (Boolao) yang kemudian dianalisis dengan metode SWOT. Pemaparan pada analisis SWOT telah menghasilkan sebuah strategi penerapan konsep Sustainable Fashion yang sesuai dengan kondisi di Indonesia. Ditemukan sebuah panduan berlandaskan lima aspek dalam Sustainable Fashion yang dapat diterapkan sesuai kondisi nyata yang ada di Indonesia, selain itu Sustainable Fashion masih memiliki kekurangan dalam hal penerapannya yang tidak dapat dilakukan 100%.

Kata Kunci: Industri Fesyen, Sustainable Fashion, Boolao, Strategi Penerapan.

Abstract: *The fashion industry is the second largest contributor of waste in the world after the oil industry. The sustainable fashion concept requires further research to be applicable to Indonesia. This study aims to understand the strengths and limitations of the sustainable fashion concept for its implementation in Indonesia. The understanding is gained through research on the Boolao brand as one of the local brands that have successfully implemented this concept. Boolao is a local brand that uses the Sustainable Fashion concept and has participated in several international events such as Paris Fashion Week and G20. The approach method used in this research is descriptive qualitative. Understanding of the condition is done by testing the five aspects of the theory of sustainable fashion with real-time field conditions of the research object (Boolao) which then analyzed through SWOT. The data on the SWOT analysis produced a strategy for implementing the concept of Sustainable Fashion that is suitable with conditions in Indonesia. A guide based on five aspects in Sustainable Fashion that can be applied according to the real conditions that exist in Indonesia, besides that Sustainable Fashion still has deficiencies in terms of its implementation which cannot be implemented 100%.*

Keywords: *Fashion Industry, Sustainable Fashion, Boolao, Implementation Strategy.*

PENDAHULUAN

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 1 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.

METODE PENELITIAN

Metode kualitatif deskriptif dengan metode adalah pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini. Purposive sampling dipilih menjadi metode karena perlu adanya studi kasus. Studi kasus tersebut dilakukan agar dapat fokus dalam meneliti serta alasan efektifitas dan efisiensi waktu. Merek Boolao dipilih menjadi objek penelitian karena memenuhi kriteria; merupakan merek fesyen lokal Indonesia khususnya kota Bandung yang memiliki kiprah besar di industri fesyen Indonesia, memiliki konsep *Sustainable Fashion* serta memiliki fleksibilitas waktu dan keterjangkauan untuk proses wawancara. Metode pengumpulan data dibagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Observasi dan wawancara mengenai kekuatan dan limitasi konsep *sustainable fashion* di Indonesia pada Boolao digunakan sebagai sumber data primer. Data sekunder didapatkan dari tinjauan pustaka. Data yang didapatkan dianalisis dengan SWOT dan dirancang sebagai strategi dengan teori *sustainable fashion*

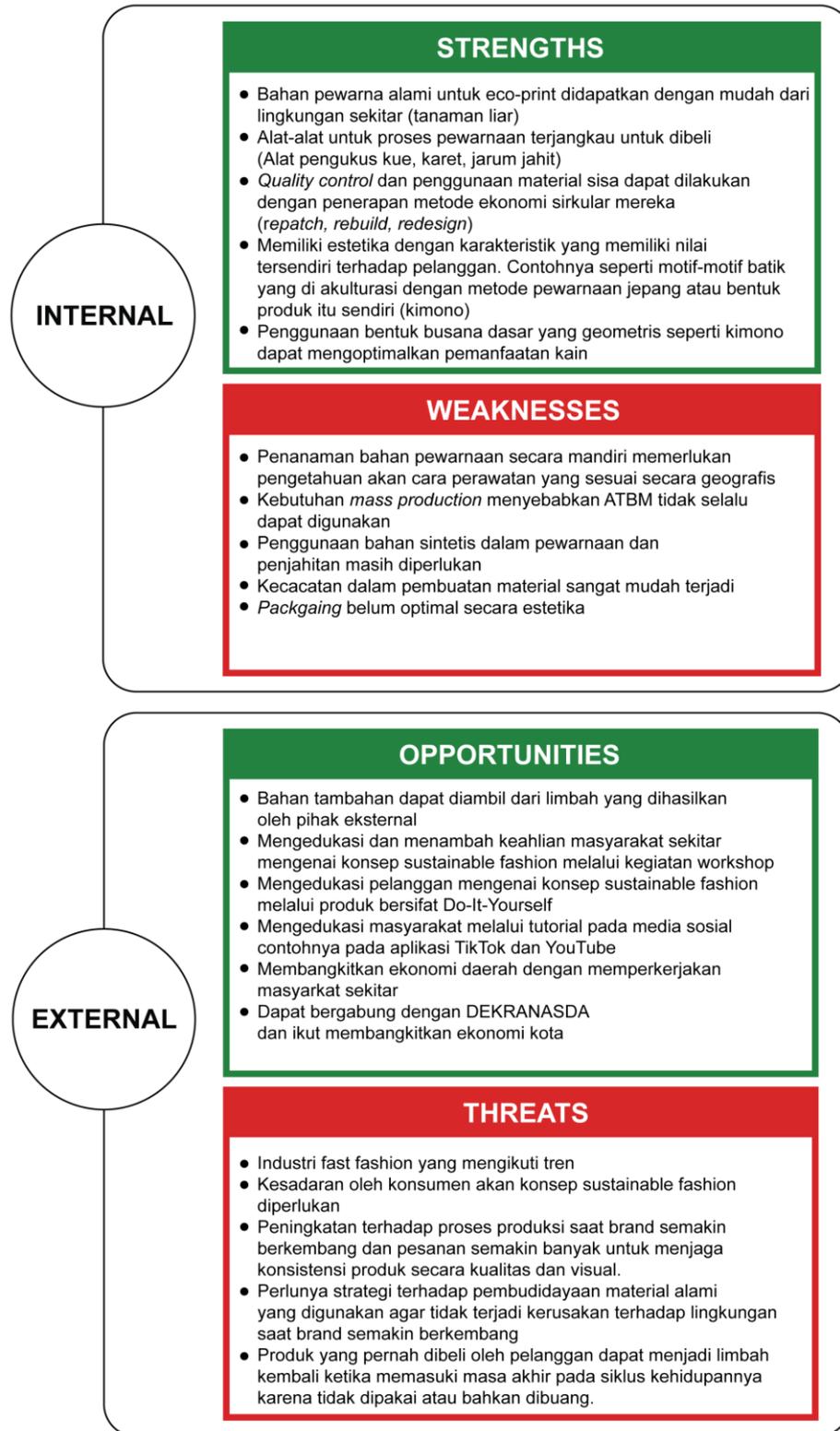
kembali.

HASIL DAN DISKUSI

Analisis SWOT

Data yang disajikan pada dua poin pembahasan sebelumnya menghasilkan beberapa pernyataan-pernyataan. Pernyataan-pernyataan tersebut akan dikategorikan dalam bentuk analisis SWOT. Analisis SWOT ini berfungsi untuk memperlihatkan kekuatan serta limitasi konsep sustainable fashion berdasarkan data lapangan yang ingin dipahami pada penelitian ini. Data pada analisis ini kemudian dapat digunakan sebagai pemaparan pada perancangan strategi yang akan dilakukan setelahnya. Berikut adalah Analisis SWOT yang telah ditemukan:





Gambar 1 Analisis SWOT
(Sumber: Data Penulis, 2023)

Berdasarkan Analisis SWOT yang telah ditampilkan sebelumnya, dapat diambil beberapa pernyataan. Bukti lapangan membuktikan bahwa konsep sustainable fashion dapat dilakukan di Indonesia walaupun tidak secara menyeluruh. Sebagaimana masih adanya kekurangan yang dimiliki konsep terkait dalam penerapannya secara praktis. Dari aspek lingkungan, penggunaan bahan sintesis tentunya dapat berdampak pada alam karena limbah yang dihasilkannya. Hal ini tentu terlepas dari keberhasilan akan keberlanjutan produk pada aspek estetika.

Selain itu kebutuhan akan waktu dan biaya yang lebih dibutuhkan dalam proses produksi sebuah produk yang berada dalam ruang lingkup konsep sustainable fashion. Pemahaman untuk penanaman bahan pewarna terkait yang dibutuhkan tentunya akan memakan waktu agar dapat meraih keberhasilan seutuhnya. Selain itu, kebutuhan akan ATBM yang sesuai dengan jumlah permintaan pada pasar memerlukan biaya yang jika dicari dapat berada pada kisaran harga satu sampai empat juta rupiah per mesinnya.

Strategi Penerapan Konsep Sustainable Fashion di Indonesia

Strategi akan dilakukan dengan mengolah data yang tertera pada analisis SWOT yang telah dipaparkan sebelumnya. Data-data tersebut dipaparkan kembali dengan lima aspek yang ada pada teori *sustainable fashion* (lingkungan, sosial, ekonomi, estetika dan budaya). Data-data tersebut ditinjau kembali pada bagian *strengths* dan *opportunities* untuk menjadi strategi dan dapat menjadi solusi pada bagian *weaknesses* dan *threats*.

Tabel 1. Strategi Penerapan Konsep *Sustainable Fashion* di Indonesia

Strategi Penerapan Konsep <i>Sustainable Fashion</i> di Indonesia	
Aspek	Keterangan
Aspek Lingkungan	<ul style="list-style-type: none"> ● Menerapkan ekonomi sirkular dengan metode repatch, rebuild, redesign ● Menggunakan bahan sintesis diperbolehkan dalam penggunaan minim dan dengan tujuan memperpanjang usia produk ● Memiliki lahan pribadi untuk bahan pewarnaan alam

	<p>serta pemahaman untuk penanaman dan perawatannya</p>
Aspek Sosial	<ul style="list-style-type: none">● Mengadakan kegiatan workshop mengenai sustainable fashion kepada masyarakat sekitar atau umum● Melakukan edukasi terhadap pelanggan dengan produk yang bersifat <i>Do-It-Yourself</i>● Membuat video-video tutorial di media sosial mengenai <i>sustainable fashion</i> serta proses pembuatan produknya
Aspek Ekonomi	<ul style="list-style-type: none">● Membangkitkan ekonomi daerah dengan memperkerjakan masyarakat sekitar dan lebih baik jika masyarakat tersebut adalah yang sudah mengikuti <i>workshop</i> sebelumnya● Membangkitkan ekonomi kota dengan ikut serta dalam Dewan Kerajinan Nasional daerah masing-masing (DEKRANASDA)
Aspek Estetika	<ul style="list-style-type: none">● Melakukan promosi untuk mendapatkan segmentasi pelanggan yang sesuai dengan karakteristik yang dimiliki● Ikut serta dalam acara-acara festival fashion khususnya yang diselenggarakan oleh DEKRANASDA sebagai bentuk promosi secara langsung● Membuat akun usaha dan memasarkannya lewat media sosial Instagram● Memiliki ATBM dengan jumlah yang menyesuaikan kebutuhan atau dapat melakukan pembelian bahan jadi

	<p>pada perusahaan yang juga menggunakan ATBM</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Menggunakan bentuk busana dasar geometris untuk efisiensi penggunaan material ● Menggunakan <i>eco-friendly packaging</i> yang memiliki ketertarikan secara visual oleh pelanggan
Aspek Budaya	<ul style="list-style-type: none"> ● Menerapkan warisan budaya pada seperti batik ● Menerapkan kearifan lokal dengan menggunakan bahan-bahan yang ada di sekitar daerah pengerjaan ● Menggunakan ATBM sebagai bentuk lain penerapan kearifan lokal

KESIMPULAN

Sustainable tidak hanya membahas mengenai keramahan terhadap lingkungan. Ada tiga hal yang terkandung pada konsep sustainable yaitu lingkungan, sosial dan ekonomi. Konsep tersebut dikembangkan lebih lanjut jika dibahas dalam ruang lingkup fashion. Sustainable fashion memiliki lima aspek. Tiga aspek yang sama pada konsep sustainable umum ditambah dengan dua aspek baru. Aspek estetika dan aspek budaya menjadi dua aspek baru yang wajib untuk diperhatikan dalam konsep sustainable fashion.

Kelima aspek tersebut diuji kekuatan dan limitasi dengan melakukan studi kasus pada Boolao, yang merupakan merek sustainable fashion lokal. Ditemukan dalam kelebihan yang didapatkan sebagai mayoritas dalam penerapan konsep terkait, masih ada beberapa kekurangan atau limitasi yang dimiliki oleh konsep ini. Keutuhan akan keramahan lingkungan masih belum dapat diraih. Selain itu, dibutuhkan waktu yang lama serta biaya yang mahal dalam pengoperasiannya. Hal ini terlihat dari kebutuhan akan pemahaman pembudidayaan material pewarna alami dan kebutuhan jumlah ATBM yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar.

Kelebihan dan limitasi tersebut dipaparkan dalam bentuk analisis SWOT yang telah dijelaskan sebelumnya. Hasilnya digunakan untuk merancang sebuah strategi yang dapat diterapkan oleh merek sustainable fashion lokal yang menyesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan kondisi di Indonesia. Sebagai bentuk rangkuman berikut adalah strategi penerapan konsep sustainable fashion di Indonesia dalam bentuk tabel yang sudah dipaparkan sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, A., Rianingrum, C. (2019). Pendekatan Ekonomi Sirkular dalam Pemikiran Desain Sebagai Materi Pendidikan Desain untuk Pembangunan Keberlanjutan. *Jurnal Seni & Reka Rancang*. Vol. 2, No.1.
- Ahmad, N, Salman, A, Ashiq, R. (2015). The Impact of Social Media on Fashion Industry: Empirical Investigation from Karachiites. *Journal of Resources Development and Management*, Vol 7, 1-8
- Alhaddi, H. (2015): *Triple Bottom Line and Sustainability: A Literature Review*. Redfame Publishing.
- Arista, N. (2022). Konsep Ekonomi Sirkular Pada Industri Tekstil Alami : On Farm –Off Farm Budidaya Tarum Sebagai Pewarna Alami. *Proceedings:Transformasi Pertanian Digital dalam Mendukung Ketahanan Pangan dan Masa Depan yang Berkelanjutan*. Jember: Agropress, National Conference Proceedings of Agriculture.
- Arsic, A, K., Misic, M., Radojkovic, M., Prlincevic, B. (2016). Social Aspects of Sustainable Development of Enterprises. *First International Conference on Quality of Life*.
- Baudrillard, J. (1981). *For a Critique of The Political Economy of The Sign*. St. Louis. Mo: Telos Press.
- British Council. (n.d.). *Crafting Futures : Pemetaan Terhadap Pengembangan Material-*

Material Baru dan Pemanfaatan Ulang Material-Material yang Sudah Ada dalam Sektor Kerajinan di Indonesia.

ESCAP. (2021). Resilience in a Riskier World: Managing Systemic Risks from Biological and Other Natural Hazards. In Asia Pacific Disaster Report 2021.

Fast Fashion. (2022). Merriam-Webster. Diambil 4 November 2022. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/fast%20fashion>

Fitrihana, N. (2010). Teknologi Tekstile dan Fashion. Yogyakarta :UNY Press

Handayani, R., Hutama, K., Sunarya, Y. (2020). Matriks Strategi Implementasi Perancangan Fashion Berkelanjutan. Jurnal Seni & Reka Rancang Volume 3, No.1, November 2020, pp 15-24.

Hendrawan, A. Setiofitria, N. (2019). The Comparison Between Chemical and Natural Extraction In Textile Dyeing With Indigofera. 6th Bandung Creative Movement International Conference in Creative Industries 2019.

Herlina, S. Palupi, D. Y. (2013). Pewarnaan Tekstil I.Jakarta:Penerbit Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan DirektoratPembinaan Sekolah Menengah Kejuruan.

Hethorn, J. Ulasewicz, C. Sustainable Fashion, Why Now? A Conversation About Issues, Practices, and Possibilities. New York: Fairchild Books Inc.

Hoke, J. (2019). Circularity Workbook: Guiding The Future of Design.

Kay, T., & Pilz, R. (1994). Salvo NEWS (99), pp 11-14.

Keberlanjutan. (2022). Kamus Besar Bahasa Indonesia. Diambil 4 November 2022. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/keberlanjutan>

Kozlowski, A., Bardecki, M., & Searcy, C. (2019). Tools for sustainable fashion design: An analysis of their fitness for purpose. *Sustainability (Switzerland)*, 11(13), 1–19. <https://doi.org/10.3390/su11133581>

Lacy, P., Rutqvist, J. (2015). *Waste to Wealth The Circular Economy Advantage*. London: Palgrave MacMillan.

McCusker, K., & Gunaydin, S. (2015). Research using qualitative, quantitative or mixed methods and choice based on the research. *Perfusion*. doi: 10.1177/0267659114559116

Niinimäki, K. (2013). *Sustainable fashion: New approaches*. Aalto University publication series Art + Design + Architecture.

Nursari, F. Hervianti, D, F. (2018). Potensi Penerapan Konsep Zero Waste Pada Busana Tradisional. Studi Kasus: Kimono. *Jurnal Rupa Vol 2 No 1*.

Revi, A., Adiguna, R. (2022). Perancangan Model Bisnis Pakaian Ramah Lingkungan "Wastie Unbestie". Yogyakarta: Perpustakaan Universitas Gadjah Mada.

Santoso, W., Estiasih, T. (2014). Kopigmentasi ubi jalar ungu dengan kopigmentasi Nakaseinat dan Protein Whey serta satbilitasnya terhadap pemanasan. *J. Pangan dan Agroindustri* 2004.Vol. 2. No. 4.

Shinta, F. (2018). Kajian Fast Fashion Dalam Percepatan Budaya Konsumerisme, *Jurnal Rupa* 03(01), 65. Bandung: Institut Teknologi Bandung.

Spangenberg, J. H. (2005). Economic sustainability of the economy: Concepts and indicators. *International Journal of Sustainable Development*, 8(1–2), 47–64. <https://doi.org/10.1504/ijsd.2005.007374>

Stahel, W. (1982). *The Product-Life Factor*. product-life.org/en/major-publications/the-

product-life-factor

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sunarto. (2008). Teknologi pencelupan dan pencapan jilid 1. Jakarta : Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan

Sustainable Fashion Mulai Nge-Tren di Indonesia. Retrieved from Dream.Co.Id.
<https://www.dream.co.id/lifestyle/sustainable-fashion-mulai-ngetren-di-indonesia-190710b.html>

Thu, N. A., Parker, L., Brennan, L., & Lockrey, S. (2019). A consumer definition of eco-friendly packaging. *Journal of Cleaner Production*, 119792. doi:10.1016/j.jclepro.2019.119792

United Nations Conference Of Trade And Development. (2019). Trade and Development Report.

University of Alberta. (2016). What is sustainability?. Edmonton: Sustainability Council.

Winarno, F. G. (1997). Kimia Pangan dan Gizi. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

