

# Sisi Gelap Multinational Corporation (Mnc) *Fast Fashion*: Implikasi Terhadap Keamanan Lingkungan

Muhamad Fikri Asy'ari<sup>1</sup>, Yolanda Tasya Amalia<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Al-Azhar Indonesia and [fikriasyari92@gmail.com](mailto:fikriasyari92@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas Al-Azhar Indonesia and [yolandatasyaamalia@gmail.com](mailto:yolandatasyaamalia@gmail.com)

---

## ABSTRAK

---

*Fast fashion* sebagai salah satu produk Revolusi Industri telah berkontribusi terhadap kerusakan lingkungan, khususnya dalam perubahan iklim. Karakter *fast fashion* yang diproduksi dalam jumlah massal melalui periode yang singkat dan bahan pakaian yang tidak ramah lingkungan, diperparah dengan tingginya tingkat permintaan dalam masyarakat yang konsumtif dan selalu ingin mengikuti tren yang ada. Karena itu perusahaan-perusahaan multinasional *fast fashion* menyusun sejumlah perusahaan bisnis terbesar di dunia, sebut saja Inditex, yang menaungi merek pakaian Zara, dan *Uniqlo*. Namun di balik kesuksesan ekonominya yang menjanjikan, setiap rantai dalam siklus *fast fashion* langsung berdampak pada resiko lingkungan dan sosial yang sangat besar. *Fast fashion* berkontribusi atas krisis lingkungan serta perubahan iklim akibat limbah tekstilnya yang sangat besar tanpa disertai solusi manajemen limbah yang merata. Karena itu, dengan pendekatan keamanan lingkungan dan konsep MNC, penelitian ini berupaya mengurai berbagai eksternalitas negatif dari industri *fast fashion* yang bahkan mampu membuatnya menjadi agenda internasional karena dampak global yang dihasilkannya, khususnya pada negara-negara berkembang, baik dari segi keamanan lingkungan maupun keamanan manusia. Pada akhir penelitian, penulis juga mendorong sejumlah solusi yang telah maupun berpotensi mengurangi dampak perubahan iklim akibat industri *fast fashion* yang dapat diimplementasikan di segala tingkatan, mulai dari internasional, nasional, kalangan perusahaan, hingga individu masyarakat umum. Berbagai solusi ini bersifat komplementer, dimana masing-masingnya saling melengkapi, mendukung, dan mengawasi satu sama lain mengingat industri *fast fashion* yang semakin bertumbuh hari ini secara global dan efek perubahan iklim yang bersifat lintas-batas serta mengancam keberlangsungan hidup umat manusia secara keseluruhan.

**Kata Kunci:** *Fast fashion, MNC, Perubahan Iklim, Keamanan Lingkungan, Gaya Hidup Berkelanjutan.*

## ABSTRACT

---

Fast fashion as one of the products of the Industrial Revolution has contributed to environmental damage, especially in climate change. The character of fast fashion which is produced in mass quantities over a short period of time and clothing materials that are not environmentally friendly, is exacerbated by the high level of demand in a consumptive society that always wants to follow existing trends. Therefore, fast fashion multinational companies compose some of the world's largest business companies, namely Inditex, which houses the clothing brand Zara, and *Uniqlo*. But despite its promising economic success, every chain in the fast fashion cycle has directly affected enormous environmental and social risks. Fast fashion contributes to the environmental crisis and climate change due to its huge textile waste without being followed by a proper waste management solution. Therefore, with an environmental security approach and the MNC concept, this study seeks to unravel the negative externalities of the fast fashion industry which is even able to make it an international agenda because of the global impact it produces, especially on developing countries, both in terms of environmental security and human security. At the end of the study, the authors also encourage a number of solutions that have reduced or have the potential to reduce the impact of climate change due to the fast fashion industry that can be implemented at all levels, from international, national, corporate circles, to individuals in the general public. These various solutions are complementary, where each complements, supports, and supervises each other considering the fast fashion industry which is growing globally today and the effects of climate change that are cross-border and threaten the survival of mankind as a whole.

**Keywords:** *Fast fashion, MNC, Climate Change, Environmental Security, Sustainable Lifestyle.*

---

## PENDAHULUAN

Revolusi Industri merupakan suatu peristiwa yang merubah tatanan umat manusia secara radikal, dengan bergesernya aktivitas manusia tradisional menjadi melibatkan baja dan aluminium atau mesin. Berkembangnya bidang pangan, papan dan sandang telah menggeser gaya hidup

menjadi lebih tinggi dalam masyarakat. Pergeseran tersebut menghasilkan limbah yang semakin besar, yang kemudian mengakibatkan permasalahan lingkungan, salah satunya adalah perubahan iklim (*climate change*). Perubahan iklim tumbuh menjadi isu yang genting dibahas di berbagai forum dan kebijakan tingkat daerah, negara, maupun internasional, mengingat efeknya yang langsung terasa kepada masyarakat serta tidak terhalang oleh perbatasan negara (*borderless*).

Dalam Ilmu Hubungan Internasional, krisis lingkungan maupun perubahan iklim masuk ke dalam kategori isu global kontemporer karena kehadirannya sebagai ancaman keamanan baru sejak berakhirnya Perang Dingin. Efek perubahan iklim terhadap keamanan negara telah dibahas selama dua dekade terakhir, yang menitikberatkan bagaimana perubahan iklim dapat memunculkan konflik di kebanyakan negara-negara berkembang. Konflik ini berbentuk “ancaman ganda” yang membahayakan keamanan manusia dan keamanan pangan. Salah satu contohnya adalah bagaimana negara-negara berdataran rendah dan kepulauan, seperti Indonesia, Belanda, Bangladesh, China, Nigeria dan Vietnam, akan rentan terkena dampak langsung dari naiknya permukaan air laut. Fenomena ini akan memicu arus pengungsi yang dapat mengganggu keamanan dan stabilitas internal negara, mempengaruhi hubungan antar negara tetangga, dan memperumit hubungan dengan negara penerima suaka (Sending dkk, 2020).

Di abad ke-21, gaya hidup menjadi pemicu terbesar dalam memperburuk perubahan iklim, dimana gaya hidup yang buruk mendorong permintaan produksi busana yang sangat besar dalam masyarakat. Adalah *fast fashion* sebagai salah satu hasil dari gaya hidup yang buruk tersebut. Meskipun masih terdapat banyak masyarakat yang awam, bahkan asing terhadap istilah *fast fashion*, sebagian besar masyarakat sebenarnya tanpa disadari telah mengenal bahkan membeli sejumlah merek busana yang tergolong ke dalamnya; sebut saja Shein, Zara, H&M, UNIQLO, Topshop, GAP, dan banyak lagi.

Kemunculan *fast fashion* memang berakar dari Revolusi Industri di awal tahun 1800-an. Pasca Perang Dunia II, produksi pakaian menjadi suatu standar dan lahirlah era dimana pakaian diproduksi secara massal. Periode tahun 1960-an menjadi titik balik dalam industri busana, dimana budaya masyarakat bergeser ke busana murah, atau campuran antara pakaian kelas atas dengan kelas bawah, yang disebut sebagai cara untuk menunjukkan dukungan terhadap pakaian yang ‘demokratis’ (Jonas, 2021). Permintaan konsumen ini kemudian mendorong para merek *fashion* untuk secara konstan merubah musim *fashion*, sehingga harus terus-menerus mengoleksi busana baru. Merek seperti H&M dan Zara yang awalnya hadir sebagai toko yang sederhana di Eropa pasca Perang Dunia II, turut memfokuskan strategi pada permintaan pakaian yang murah dan trendi, hingga akhirnya pada awal tahun 2000-an merek mereka berhasil memperluas jangkauan perusahaan fashion hingga ke Amerika Serikat (Bullaro, 2019).

*Fast fashion* merujuk pada karakter produksi pakaian mode terkini dalam jumlah besar, cepat, dan harga terjangkau yang ditujukan kepada berbagai kelompok masyarakat. *Fast fashion* menjelaskan dua hal: seberapa cepat sebuah produk memasuki pasar, dan seberapa cepat merek busana tersebut dibeli oleh konsumen. Merek-merek *fast fashion* seperti Zara, H&M, Mango, New Look dan Top Shop, meniru mode pakaian dari peragaan busana atau dari rumah fashion yang telah memiliki nama besar serta independen dengan tujuan menarik konsumen, lalu memproduksi tiruan-tiruan itu dengan sangat cepat dengan estimasi waktu hanya 3 hingga 5 minggu (Barnes & Lea-Greenwood, 2006).

Meskipun metode ini dapat dikatakan efisien, banyak hal negatif di balik industri *fast fashion* seperti upah yang rendah, lingkungan kerja yang berbahaya, hak minim bagi pekerja, hingga kerusakan lingkungan (Jonas, 2021). Eksternalitas negatif yang dihasilkan industri *fast fashion* terhadap lingkungan tersebut dapat berupa polusi udara, limbah pakaian, air tercemar dan sebagainya (Ernawati, 2019).

Laporan menunjukkan bahwa lebih dari 85% dari keseluruhan tekstil dibuang setiap tahunnya (UNECE, 2018). Dengan 1,2 milyar ton karbon dioksida dilepaskan ke atmosfer setiap tahunnya, industri fashion menjadi industri paling berpolusi kedua di bumi setelah industri minyak (Noyes, 2021). Selain itu, industri *fast fashion* mengembangkan model konsumsi yang mirip dengan plastik sekali-pakai. Permintaan yang tinggi diproduksi, lalu dibuang setelah hanya satu-dua kali pemakaian, yang kemudian sebagian besar berakhir di tempat pembuangan sampah atau insinerator. Hal ini diperparah dengan pemborosan industri fashion yang luar biasa (Hanson, 2019). Sayangnya, fenomena *fast fashion* tidak mungkin dihentikan dengan mudah. Saat ini, industri tekstil dan pakaian menjadi industri terbesar ke-4 di dunia. Secara luas, 3.000 milyar perusahaan tekstil dan garmen memasuki pasar setiap harinya. Industri ini bernilai 3 triliun USD yang berkontribusi 2% pada Produk Domestik Bruto (PDB) dunia dan mempekerjakan sebanyak 3.384,1 juta orang di seluruh dunia (Fashion United, 2022). Industri fashion terus mengalami pertumbuhan positif, khususnya di pasar negara berkembang di Amerika, Asia, dan Eropa (Smith, 2021). Di Asia, misalnya, pada tahun 2021 diperkirakan memiliki pangsa pasar hingga 38% untuk permintaan global atas pakaian jadi (Smith, 2022).

Namun di balik kesuksesannya yang menjanjikan, setiap rantai dalam siklus *fast fashion* langsung berdampak pada resiko lingkungan dan sosial yang sangat besar. Sebagai gambaran, pakaian tersebut dapat memakan waktu hingga 200 tahun untuk dapat terurai, yang artinya bumi akan semakin tercemar oleh bahan yang tidak alami sepanjang waktu (FTA, 2022). Dunia internasional telah mengakui bagaimana lingkungan merupakan isu yang paling transnasional, dan keamanannya merupakan dimensi yang penting dari perdamaian, keamanan nasional, serta HAM (Muller & Zurlini, 2008). Dengan urgensi atas fenomena *fast fashion* yang semakin meluas dalam masyarakat global tanpa diikuti solusi yang sepadan untuk dampak merusaknya bagi bumi, karya tulis ini akan berupaya menguraikan relevansi dari sisi gelap industri *fast fashion* terhadap perubahan iklim serta upaya konkret yang dapat dilakukan untuk mengatasinya.

Peters dan lainnya (2021) dalam *The Need to Decelerate Fast fashion in a Hot Climate - A Global Sustainability Perspective on The Garment Industry* yang diterbitkan *Journal of Cleaner Production* menelaah bahwa terjadi kenaikan emisi gas rumah kaca dari industri busana di China, India, Amerika Serikat, dan Brasil, dimana industri busana dan tekstil sudah masuk pada fase obesitas (penumpukan yang berlebih). Dalam keadaan darurat iklim saat ini, penggunaan bahan baku yang berlebih harus segera dikurangi. Karenanya akan efisien apabila strategi untuk mengurangi dampak dari *fast fashion* adalah mengintervensi industri garmen di suatu negara. Intervensi dalam hal ini adalah dengan menggantikan penggunaan bahan baku yang tidak ramah lingkungan, meningkatkan efisiensi dalam proses produksi, dan upaya untuk mengurangi konsumsi *fashion*. Untuk dapat mencapai keberhasilan ini, dibutuhkan keterlibatan dari industri, pemerintah dan sektor non-pemerintah dengan cara mempengaruhi konsumen untuk membeli busana yang lebih sedikit namun berkualitas (Peters dkk, 2021).

Sementara itu, Kalambura, Pedro dan Paixao (2020) menuliskan penelitian mereka dalam judul *Fast fashion – Sustainability and Climate Change: A Comparative Study of Portugal and Croatia* yang diterbitkan oleh *Jurnal Socijalna Ekologija*. Mereka menjelaskan bagaimana rantai fashion internasional hari ini selalu menawarkan pakaian dengan tren terbaru dan harga rendah, sementara proses manufaktur dari produk tersebut melibatkan banyak langkah yang tidak hanya merugikan lingkungan namun juga manusia yang membuat garmen tersebut maupun memakainya. Penelitian ini menemukan bahwa terdapat 5 toko pakaian paling sering disebutkan dan populer di Portugal dan Kroasia, yaitu Zara, Bershka, Stradivarius dan Pull and Bear, dimana keempatnya dimiliki oleh Inditex, serta H&M.

Namun Portugal memiliki angka limbah tekstil yang lebih besar dibandingkan Kroasia, yang salah satunya diakibatkan Portugal belum memiliki peraturan perundang-undangan yang spesifik untuk jenis limbah ini. Di samping itu, industri tekstil Portugal dipertimbangkan sebagai salah satu industri tertua dan menjadi sektor bisnis nasional paling penting, sehingga angka produksi pakaian yang tinggi di negara tersebut berkontribusi pada tingginya produksi limbah tekstil. Sementara Kroasia sejak tahun 2013 telah mengalami perkembangan signifikan dalam manajemen limbah tekstil menuju ekonomi sirkular, namun sejumlah koordinasi yang tidak memadai membuat Kroasia tertinggal dalam mencapai target yang ditetapkan dalam manajemen limbah Uni Eropa. Karena itu, penelitian tersebut mendukung praktik *slow fashion* yang dapat diwujudkan melalui pola pikir pakaian-tahan-lama, daur ulang, penggunaan kembali bahan yang sama, pembelian pakaian bekas, serta pakaian kreasi sendiri. Pada pokoknya, *slow fashion* adalah tentang membuat proses membuat produk menjadi lebih manusiawi dan menghargai para pekerja, komunitas, konsumen, dan planet. Penciptaan model baru untuk sektor tekstil pun sangat diperlukan, yang didasarkan pada prinsip ekonomi sirkular, dimana pakaian, kain, dan serat kembali masuk ke siklus ekonomi setelah digunakan dan bukannya berakhir menjadi limbah (Kalambura, Pedro & Paixao, 2020).

## LANDASAN TEORI

### A. *Environmental Security*

Secara umum, lingkungan merujuk pada komponen dan sistem biologis, fisik, dan kimia yang diperlukan untuk mempertahankan kehidupan. Isu lingkungan kini menjadi agenda politik yang menonjol sebagai akibat dari peningkatan skala konsumsi dan polusi dalam masyarakat modern yang menuntut penggunaan energi tinggi (Barnett, 2009). Akibatnya, berbagai kerusakan lingkungan terjadi, seperti penurunan hutan primer, hilangnya keanekaragaman hayati, degradasi tanah, pencemaran air, kontaminasi makhluk hidup oleh bahan kimia dan zat radioaktif, hingga perubahan iklim.

Di sisi lain, keamanan adalah konsep samar yang dapat diterapkan ke berbagai objek yang bernilai, dan dapat merujuk ke berbagai jenis resiko, termasuk krisis lingkungan. Akhir Perang Dingin telah menciptakan cara baru berpikir mengenai bagaimana interaksi lokal, nasional, dan global menghadirkan keamanan maupun ketidakamanan, serta bagaimana keamanan bagi sebagian orang adalah ketidakamanan bagi sebagian orang lain (Nurhasanah et al., 2022). Konsep keamanan lingkungan karenanya menjadi salah satu isu sentral dalam proses perluasan dan pendalaman konsep keamanan yang baru ini (Barnett, 2009).

Ketidakamanan lingkungan (*environmental insecurity*) adalah salah satu penyusun dari ketidakamanan manusia (*human insecurities*), dimana akar penyebabnya adalah degradasi

lingkungan, penipisan sumber daya alam, serta bencana alam. Perubahan iklim global secara teori memang terjadi secara lambat selama periode yang cukup panjang, yaitu antara 50-100 tahun, namun memberikan dampak yang besar sekali terhadap keberlangsungan makhluk hidup. Manifestasi perubahan iklim nyatanya telah terjadi bahkan meningkat dari waktu ke waktu, seperti melelehnya es di kutub, pergeseran musim, naiknya permukaan laut, peningkatan dan keparahan gelombang panas, badai yang lebih sering dan lebih intens, banjir dan kekeringan yang parah, kelangkaan sumber air dan tanah untuk pertanian atau pun peternakan, hingga penurunan kualitas udara, terutama di wilayah perkotaan (CW Team, 2007; UNTFHS, 2016).

Dari sisi kesehatan dan keberlangsungan hidup manusia, bencana cuaca yang disebabkan oleh perubahan iklim, kekeringan, degradasi lingkungan, dan penyakit yang diperburuk oleh perubahan iklim, dapat membahayakan hasil pangan dan tanaman, mempengaruhi nutrisi dan memicu migrasi dan perpindahan penduduk, yang pada akhirnya dapat menyebarkan penyakit dengan cara yang tidak terduga (PAHO, 2012). Selain itu, perubahan ekstrem pada cuaca dan iklim bumi mengakibatkan suhu yang terasa semakin panas, serta tidak ada kepastian kapan datangnya musim hujan atau musim kemarau, yang mana merugikan petani karena musim tanam yang seharusnya dilakukan pada musim kemarau malah terkena hujan. Ladang pertanian dan perkebunan akhirnya beresiko gagal panen akibat banjir atau kekeringan (Winarno, 2017).

Akibatnya, masyarakat akan kesulitan mengatur stok pangan, kuantitas kebutuhan-kebutuhan pokok lainnya akan menjadi jauh berkurang, dan harga akan melambung tinggi. Pemerintah juga menjadi harus mengeluarkan dana yang besar untuk membantu wilayah-wilayah yang terkena dampak. Afrika, India dan wilayah kering lainnya akan terkena bencana kekeringan parah. Berbagai implikasi negatif dari perubahan iklim tersebut jelas menunjukkannya sebagai bagian dari ketidakamanan lingkungan yang memberikan ancaman serius pada keberlangsungan hidup manusia itu sendiri (Winarno, 2017). Dalam karya tulis ini, industri *fast fashion* menjadi salah satu kontributor terbesar dalam isu perubahan iklim yang mengakibatkan ketidakamanan lingkungan serta mengancam kehidupan manusia.

### **B. Pendekatan Konseptual *Multinational Corporation* (MNC)**

*Multinational Corporation* (MNC) atau perusahaan multinasional merupakan sebuah aktor non-state yang berbentuk organisasi bisnis, dengan beroperasi di lebih dari dua negara. MNC juga merupakan bentuk dari adanya investasi asing langsung (Foreign Direct Investment/FDI). Perusahaan induk berkantor pusat dimana tempat perusahaan tersebut didirikan dan mendirikan cabang atau anak perusahaan di luar negeri serta diawasi oleh perusahaan induk. MNC sendiri merupakan hasil dari fenomena globalisasi yang dapat mempengaruhi kebijakan di suatu negara (Anoraga, 1995; Kogut, 2001).

Terdapat motif yang berbeda-beda dalam berdirinya sebuah MNC, seperti memperluas jangkauan pasar baru pada konsumsivitas yang tinggi karena kurangnya teknologi, mencari bahan baku sumber daya alam (SDA) yang melimpah pada negara-negara lain, dan mengurangi biaya pengeluaran untuk produksi dan gaji buruh melalui sumber daya manusia (SDM) pada negara tujuan (host country). Motif-motif ini bertujuan agar MNC mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya (Akhirson, 2003). Sebagian besar MNC dalam dunia internasional berasal dari negara-negara maju (developed country) dan operasionalnya pada negara-negara berkembang (development country). Hal ini sangat terlihat jelas, dimana negara-negara maju menguasai ilmu pengetahuan, teknologi, dan perekonomian yang jauh lebih stabil, maju dan modern, serta

mengalami perkembangan industri secara terus-menerus (Paulina et al., 2020). Di sisi lain, negara-negara maju juga berperan sebagai produsen di sebagian aspek, salah satunya dalam memproduksi fashion. Berbanding terbalik dengan negara-negara berkembang yang hanya mampu menjadi konsumen pada berbagai aspek.

Sebagian besar MNC *fast fashion* yang berasal dari negara maju ini telah berhasil memperluas jangkauan pasar dan memiliki cabang perusahaan di luar negeri, seperti Inditex yang berasal dari Spanyol dan membuka cabang perusahaan di 177 negara. Inditex sendiri menaungi merek-merek seperti Zara, Pull&Bear, Massimo, Dutti, Stardivarius, Oysho, dan Zara Home (Inditex, 2021). Selain itu, terdapat Uniqlo dari Jepang yang membuka cabang perusahaan di 25 negara (Fast Retailing Co.Ltd, 2022). Karenanya dalam karya tulis ini, penulis akan menggunakan merek busana Zara dan Uniqlo sebagai contoh utama dari fenomena *fast fashion* yang menimbulkan implikasi negatif terhadap lingkungan dan iklim bumi.

#### **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif, dimana penulis menyelidiki dengan cermat suatu program, aktivitas, peristiwa, proses maupun sekelompok individu. Peneliti mengumpulkan informasi dengan lengkap dan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data yang didasarkan pada waktu yang telah ditentukan (Cresswell, 2010). Teknik pengumpulan yang digunakan adalah studi literatur dengan pengumpulan data secara primer, seperti laporan tahunan perusahaan Inditex tahun 2021 dan First-half FY2022 Fact Book (1 September 2021-28 Februari 2022) dari perusahaan Fast Retailing yang menaungi merek Uniqlo. Selain itu, penulis juga menggunakan data sekunder, seperti buku, jurnal ilmiah, dan situs daring yang valid dan relevan mengenai *fast fashion*. Melalui sumber-sumber literatur yang digunakan oleh penulis diharapkan dapat diperoleh data penelitian yang mampu mengungkapkan sesuatu apa adanya, untuk kemudian penulis interpretasi dan jelaskan kembali tanpa mengurangi esensi nya.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **A. Sisi Gelap Industri *Fast fashion*: Dampaknya terhadap Perubahan Iklim**

“The Iron Triangle Rule” dalam konteks bisnis menyatakan bahwa seseorang dapat membuat produk dengan cepat, murah, atau berkualitas baik; namun tidak dapat memenuhi dari ketiganya secara sekaligus (Jonas, 2021). Industri *fast fashion* memenuhi sisi cepat dan murah, namun tidak dengan sisi kualitas karena selalu adanya tuntutan permintaan yang tidak pernah puas pada hadirnya mode-mode baru. Pelaku usaha *fast fashion* juga lebih memprioritaskan harga dibandingkan unsur penjualan lainnya, dan mereka mengabaikan apakah produk tersebut dihasilkan secara tidak etis atau tidak berkelanjutan (Jagannathan, 2018).

Kebiasaan ini sulit dihilangkan, yang diperparah dengan fakta bahwa sebagian besar merek *fast fashion* sangat jarang kehilangan pelanggan dalam jumlah yang signifikan meskipun telah terungkap memiliki isu lingkungan atau praktik buruh yang parah. Produksi busana yang cepat namun tidak dapat didaur ulang, membuat kualitas busana *fast fashion* rendah dan pada akhirnya berdampak signifikan pada bumi karena merusak pada lingkungan, seperti menimbulkan polusi, krisis air maupun pencemaran air, hingga emisi karbon.

Ide *fast fashion* berpusat pada menawarkan mode terbaru di pasar secepat mungkin agar pembeli dapat membelinya saat mode tersebut masih berada di puncak popularitas, namun kemudian membuangnya hanya setelah beberapa kali pemakaian. Periode pemakaian yang singkat

ini diakibatkan cepatnya siklus fashion bergerak, menghadirkan stereotip bahwa mengulang pakaian yang sama adalah hal yang memalukan, sehingga jika seseorang ingin sesuai dengan perkembangan zaman, dia harus menggunakan mode terbaru saat itu. Pandangan ini membentuk inti dari sistem produksi dan konsumsi secara berlebihan (toxic), yang akibatnya menjadikan fashion sebagai salah satu pencemar lingkungan terbesar di dunia (Rauturier, 2022).

Hal buruk lainnya dari sistem *fast fashion* ini adalah bahwa mayoritas barang-barang tersebut tidak didaur ulang ataupun didonasikan (Wilson-Powell, 2018). Masyarakat cenderung membuang garmen fashion yang diproduksi secara massal dan murah, ketimbang membuang busana yang lebih mahal. Masalahnya, belum banyak pihak yang mampu menangani isu sampah dengan baik, dimana kuantitas pembuangan jauh melebihi kualitas dan kapasitas ketersediaan dan manajemen pembuangan (Lewis, 2015).

Setara satu truk sampah penuh pakaian dibakar atau dibuang di tempat pembuangan sampah setiap detiknya (UNEP, 2018). Hanya sedikit, yaitu 15% dari limbah tekstil yang telah dikonsumsi (post-consumer) yang didaur ulang, sementara sisanya berakhir di pembuangan sampah. Tempat pembuangan akhir (TPA) tekstil nyatanya telah meningkat sekitar 40% sejak tahun 2000, dan masalah diperparah dengan sebagian besar *fast fashion* terbuat dari bahan sintetis yang tidak dapat terurai secara hayati (INSC, 2021). Bahkan sekitar 60% dari seluruh bahan yang digunakan industri fashion terbuat dari plastik (UNEP, 2019). Di sisi lain, pakaian-pakaian *fast fashion* ini memang dirancang secara berantakan, yang mendorong pembelian terus-menerus sehingga mempercepat lingkaran setan konsumtif dan pemborosan.

Produksi serat menggunakan banyak pestisida, herbisida, dan lainnya yang dapat merembes ke dalam tanah dan mengurangi kesuburan, keanekaragaman hayati, serta menyebabkan lebih banyak kerusakan pada lingkungan alam. Bahkan serat alami seperti kapas, misalnya, seringkali ditanam di iklim panas dan kering yang sebenarnya tidak cocok untuknya, sehingga butuh irigasi yang luas serta berpotensi malah menggunakan persediaan air minum yang sangat dibutuhkan. Resiko kekeringan tersebut bisa menjadi bencana bagi seluruh komunitas. Ditambah karena iklim yang tidak bersahabat, pestisida tambahan diperlukan untuk menjaga tanaman tetap hidup, yang berakibat meracuni ekosistem hingga pihak petani (Jonas, 2021).

Sementara itu, manufaktur tekstil menggunakan bahan kimia selama pemintalan, penenunan, dan proses lainnya. Kedua hal tersebut telah membawa zat beracun sebagai masalah bahkan sebelum garmen sempat terjual. Pencemaran *fast fashion* ini tidak hanya menyebabkan tingginya dampak negatif bagi lingkungan akibat bahan kimia, tetapi juga menciptakan lingkungan yang tidak aman dan meningkatkan risiko masalah kesehatan bagi pekerja bahkan konsumen (Shukla, 2022).

*Fast fashion* juga memberikan akibat buruk di perairan. Bahan berupa serat sintetis telah menyumbat lautan dengan 500 ribu ton serat mikro setiap tahun, yang setara dengan 50 miliar botol plastik. Untuk merendahkan harga dan memproduksi pakaian secara murah, poliester menjadi pilihan bahan yang populer, dimana poliester mengandung plastik yang sulit terurai di lautan serta menghasilkan jumlah emisi karbon yang lebih besar daripada kapas (Shukla, 2022). Serat mikro yang dilepaskan bahan poliester setiap setelah pencucian, masuk ke perairan dan meningkatkan konsentrasi plastik laut serta mengganggu rantai makanan laut. Studi menunjukkan serat kecil ini berakhir di perut hewan dan bahkan sampai ke piring kita dalam makanan laut (Ribeiro, 2020).

Ancaman buruk lainnya bagi perairan datang dari penggunaan pewarna dalam manufaktur tekstil. Lebih dari 8.000 pewarna berbahaya bagi lingkungan, dan banyak dari racun ini yang justru dibuang langsung ke sungai atau danau setempat. Bahkan 90% air tanah di China diyakini telah tercemar (Jonas, 2021). Diperkirakan 70% danau dan sungai di Asia telah terkontaminasi oleh 2,5 milyar galon sampah dari industri tekstil, yang mengakibatkan krisis kesehatan publik dan ekologis besar-besaran (Noyes, 2021).

Pewarna juga beracun bagi udara dan diperkirakan menghasilkan 10% emisi karbon yang semakin memperburuk pemanasan global, dimana industri fashion mengeluarkan 1,2 milyar ton CO<sub>2</sub> ke atmosfer setiap tahunnya (Jonas, 2021). Tidak heran terdapat laporan bahwa industri fashion bertanggung jawab atas 8-10% emisi karbon yang dihasilkan manusia, dimana jumlah ini lebih besar dari gabungan seluruh penerbangan internasional dan pelayaran laut (UNEP, 2018). Bahkan diperkirakan angka karbon tersebut dapat meningkat menjadi 26% di tahun 2050 (Ellen MacArthur Foundation, 2017).

Jika hal ini terus dibiarkan, emisi gas rumah kaca dari proses bahan mentah ke produksi hingga proses ke pengangkutan dan distribusi industri ini diprediksi akan meningkat lebih dari 50% hingga tahun 2030. *Fast fashion* karenanya bertanggung jawab atas limbah besar, polusi, dan emisi gas rumah kaca. Bahan kimia beracun yang dihasilkan *fast fashion*, baik dalam bentuk pewarna, pupuk, dan pestisida mencemari udara, tanah, dan lautan, merusak kesehatan petani dan pekerja di pabrik garmen, sekaligus mengancam kesehatan manusia secara keseluruhan (Rina et al., 2022). Sementara negara berkembang menanggung beban lingkungan dari polusi *fast fashion* ini, negara maju memperoleh keuntungan ekonomi dalam bisnisnya. Ini diakibatkan produksi tekstil yang sebagian besar memang terjadi di negara berkembang karena biaya manufaktur dan tenaga kerja yang murah, serta didukung oleh penegakan hukum atas lingkungan yang lebih lemah dibandingkan dengan negara maju (Shukla, 2022).

Salah satu perusahaan *fast fashion* terkenal yang berasal dari Jepang, Uniqlo, memiliki lebih dari 3.000 toko di seluruh dunia dan menawarkan barang-barang pakaian dengan biaya rendah. Uniqlo sebenarnya mengklaim berfokus pada kualitas dan kenyamanan pakaiannya. Uniqlo juga mengklaim turut menawarkan produk-produk yang lebih berkelanjutan sebagai prioritas mereka. Uniqlo menjadi sangat sukses sebagai pesaing besar di pasar ritel *fast fashion* global. Hal ini terbukti dengan perusahaan induk Uniqlo, yaitu Fast Retailing, yang memiliki target penjualan sebesar 19,97 miliar USD dan berencana memperluas pasarnya di Amerika Serikat, China, dan secara daring sejak tahun 2020 (Assoune, 2020). Meski tidak mengakui bahwa mereknya bergantung pada model bisnis *fast fashion* untuk memperoleh keuntungan, Uniqlo memanglah termasuk produk *fast fashion* mengingat mereka memproduksi pakaian sekali pakai yang murah dalam skala besar. Dan siapapun yang menjual pakaian dalam jumlah besar dengan harga rendah secara inheren adalah bagian dari industri *fast fashion* (Assoune, 2020).

Uniqlo juga bukanlah merek fashion yang berkelanjutan karena menggunakan bahan dan metode produksi yang tidak berkelanjutan. Uniqlo menawarkan sejumlah besar bahan sintetis murah yang berkontribusi terhadap polusi plastik dan serat mikro. Koleksi-koleksi Uniqlo menggunakan serat yang sangat berpolusi seperti rayon, poliester, nilon, dan elastane, dimana kain sintetis ini tidak didaur ulang atau diproduksi dari sumber daya terbarukan. Uniqlo juga tidak memberikan sertifikasi apa pun untuk tekstil mereka, seperti klaim penggunaan serat alami seperti kapas yang juga tidak memiliki sertifikasi organik. Sertifikasi ini menjadi penting mengingat kapas

perlu ditanam dengan menggunakan air dalam jumlah besar, pestisida yang mengandung bahan kimia beracun, serta pupuk (Assoune, 2020).

Di sisi lain, banyak yang menyebutkan bahwa Zara merupakan perusahaan *fast fashion* nomor satu di dunia. Merek tersebut mengeluarkan 12.000 desain baru dan memproduksi lebih dari 450 juta item pakaian setiap harinya. Hal ini membuat Zara tidak diragukan lagi, yang menjadi salah satu penghasil pakaian tercepat di industri fashion (Lai, 2021). Model bisnis Zara ini didasarkan pada tingkat pergantian yang tinggi dan tidak berkelanjutan, mengingat karakter busana Zara adalah memberikan konsumen nya “tren mode terbaru” setiap 13 hari. Dorongan konsumsi yang begitu cepat ini secara inheren tentu berbahaya bagi manusia dan planet bumi (Dockrill, 2022).

Perusahaan induk Zara, Inditex, sebenarnya telah menyusun Strategic Environmental Sustainability Plan 2016-2020 yang bertujuan mengurangi emisi gas rumah kaca. Sejumlah upaya di dalamnya adalah seperti menggunakan bahan serat yang lebih efisien secara energi, meluncurkan program “Green to Pack” untuk mengirimkan banyak paket sekaligus ke dalam satu pengiriman, hingga meluncurkan program “Closing the Loop” dimana konsumen dapat meninggalkan pakaian bekas mereka di toko untuk kemudian pakaian tersebut digunakan atau dijual kembali (Williams, 2017). Namun masalah utama dengan kebijakan lingkungan Zara adalah kurangnya transparansi. Zara tidak mengungkapkan jumlah sumber daya yang masuk ke proses produksi mereka, sehingga sulit untuk menentukan seberapa besar dampak dari tujuan keberlanjutan mereka (Marvin, 2022). Karena itu, tidak ada bukti bahwa berbagai inisiatif Zara tersebut telah berhasil meminimalisir sampah tekstil selama proses manufaktur nya. Sekalipun dengan target Zara untuk mengurangi emisi gas rumah kaca, tetap tidak ada bukti bahwa Zara telah mencapai targetnya.

## **B. Jalan Keluar atas Isu *Fast fashion* yang Merusak Lingkungan**

Penting bagi industri fashion, khususnya *fast fashion*, untuk mengurangi dampak-dampak negatif atas lingkungannya. Berbagai solusi tersedia di segala tingkatan, mulai dari kepatuhan atas kebijakan atau peraturan yang telah disepakati di tingkat antar negara, keaktifan berperan dalam aksi-aksi nyata sebagai individu, hingga alternatif-alternatif relevan lainnya.

### **1. Agenda Forum Internasional**

Industri fashion pada faktanya sangat termarginalisasi dalam pembahasan mengenai kontribusi nya dalam isu perubahan iklim. Pertama kalinya fashion nyaris mendapat sorotan dalam konferensi iklim Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) adalah pada COP15 (Conference of the Parties ke-15) di tahun 2009, namun tidak menjadi fokus utama serta belum dianggap sebagai ancaman yang serius (Friedman, 2021).

COP26 yang kemudian dilaksanakan pada November 2021 akhirnya memusatkan perhatian pada isu fashion. Perusahaan-perusahaan industri diberikan panggung untuk mendengarkan suara-suara dari mereka yang paling terpengaruh dalam rantai pasokan, tidak hanya dalam konteks praktik kerja eksploitatif namun juga yang terdampak krisis iklim. Selama COP26, UNFCCC (United Nations Framework on Climate Change Conference) mengajukan komitmen baru dalam Fashion Industry Charter for Climate Action 2021 yang ditandatangani oleh 130 perusahaan.

Dalam Piagam ini, disebutkan bahwa perusahaan-perusahaan tersebut berkomitmen untuk mencapai emisi nol bersih pada tahun 2050, menggunakan 100% listrik dari sumber terbarukan di seluruh fasilitas yang dimiliki dan dioperasikan, beralih ke sumber bahan baku ramah lingkungan hingga tahun 2030, penghapusan sumber daya batubara dari industri produsen maupun pemasok sebelum tahun 2030, secara aktif terlibat dalam pembangunan dialog dengan institusi-institusi

finansial untuk berbagi kebutuhan pendanaan industri tertentu, hingga secara aktif mendukung sekretariat UN Climate Change dan piagam-piagam kesepakatan lainnya sebagai upaya mewujudkan tujuan-tujuan bersama dalam Piagam serta menunjukkan komitmen yang tertuang dalam Fashion Industry Charter for Climate Action (UNFCCC, 2021).

Tujuan ini dirancang untuk mendukung ambisi Perjanjian Paris dalam membatasi kenaikan suhu global hingga 1,5 derajat celcius di atas tingkat pra-industri dengan mendorong merek-merek fashion untuk menetapkan target mengurangi emisi di seluruh cakupan rantai pasokan (Fashion Revolution, 2021). Salah satu NGO yang berpartisipasi dalam forum ini, yaitu Textile Exchange, juga menghadirkan “permohonan kebijakan perdagangan” yang didukung oleh 50 merek fashion kepada para pemerintah di seluruh dunia, yang berisikan permohonan untuk menciptakan struktur tarif dan ekspor-impor yang mendorong perusahaan untuk menggunakan bahan yang lebih ramah lingkungan dibandingkan bahan seperti poliester (Textile Exchange, 2021).

## 2. G7 Fashion Pact

G7 Fashion Pact merupakan gerakan penyelamatan lingkungan yang digagas oleh Presiden Emmanuel Macron dari Prancis dan CEO Kering, François-Henri Pinault, dalam G7 di Prancis tahun 2019. Pakta ini melibatkan merek-merek dan desainer untuk bersama-sama berupaya mengurangi dampak buruk fashion terhadap lingkungan. Hingga saat ini terdapat 75 perusahaan yang menyusun lebih dari 150 merek telah ikut serta dalam Pakta ini, bahkan termasuk perusahaan besar di bidang fashion seperti Gucci, Chanel, Prada dan Nike, sekaligus perusahaan yang menaungi merek *fast fashion* seperti Zara dan H&M (The Fashion Pact, 2022).

Fashion Pact ini berfokus pada 3 isu utama, yaitu perubahan iklim, perlindungan keanekaragaman hayati dunia, serta perlindungan laut. Secara lebih spesifik, Pakta ini juga berisikan tujuan untuk beralih ke 100% energi yang dapat diperbaharui sebelum tahun 2030, menghilangkan emisi karbon sebelum tahun 2050, menggunakan bahan baku yang berkelanjutan demi mengurangi polusi bahan kimia di sungai dan laut, hingga menghapuskan penggunaan plastik sekali pakai sebelum tahun 2030 (Beautified, 2019).

## 3. Global Fashion Summit

Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) ini diselenggarakan oleh Global Fashion Agenda, berawal dari Copenhagen Fashion Summit yang sukses diselenggarakan dan diadakan sehubungan dengan adanya Konferensi Perubahan Iklim PBB COP15 pada 2009. Dimana konteks tentang keberlanjutan masih menjadi fenomena yang baru pada industri fashion dan sering dipandang sebagai upaya yang filantropi. Hadirnya Global Fashion Agenda ini sebagai upaya yang mendesak pada industri fashion sebagai tanggung jawab terhadap iklim dan memicu diskusi untuk menciptakan fashion yang keberlanjutan dengan mengumpulkan para pembuat keputusan di ranah fashion.

Hasilnya setelah 13 tahun Global Fashion Agenda, konteks keberlanjutan memiliki tempatnya sendiri, dimana para-CEO dan dewan direksi perusahaan fashion sudah menyadari bahwa perlunya perlindungan dan mengoptimalkan sumber daya bumi yang terbatas. Selain itu, investor juga sudah mulai mempertimbangkan Environmental, Social, and Governance (ESG) dalam portofolio mereka. Dengan demikian, KTT ini berusaha untuk memperkuat representasi dan koneksi perusahaan fashion dengan beragam perspektif dari seluruh dunia. Selain itu, dapat meningkatkan kesadaran tentang kondisi dalam fashion dan pengalaman yang berbeda dari setiap perusahaan yang beroperasi dalam rantai nilai, sembari mendorong aliansi internasional dan lintas industri. Global Fashion Summit sendiri telah memiliki lebih dari 100 perusahaan fashion, lebih dari

600 rapat yang difasilitasi untuk pertemuan bisnis, dan terdapat 87% kemitraan pada pameran forum inovasi yang berada satu dengan acara Global Fashion Summit (Global Fashion Summit, 2022).

#### 4. Kampanye *Sustainable fashion*

Pada Oktober 2021, terdapat sebuah unjuk rasa dalam peragaan busana Louis Vuitton (LV) di Paris Perancis, saat mengadakan acara tahunan Paris Fashion Week untuk meragakan busana koleksi pada musim semi 2021. Dimana aktivis perempuan ini mengunjuk rasa dengan cara mendobrak fashion runway dan berjalan di atas catwalk sembari memegang kain yang bertuliskan "Overconsumption = extinction". Peristiwa ini dilakukan oleh gabungan organisasi aktivis lingkungan, seperti Amis de la Terre France, Youth for Climate, dan Extinction Rebellion. Menurut organisasi Amis de la Terre France, LV dipilih agar dapat menarik perhatian pada hal konsumsi yang berlebihan. Sebagai mode yang dikenal mewah, LV juga perlu bertanggung jawab karena menjadi bagian dari tren yang mendorong industri tekstil untuk terus memperbaharui koleksi fashion, mengakibatkan terjadinya produksi secara massal (Edmonds, 2021).

Unjuk rasa ini menjadi salah satu dari sekian peristiwa protes lainnya, menandakan bahwasanya masyarakat sudah mulai melek akan pemakaian busana yang berkelanjutan (*sustainable fashion*) dan menginformasikan secara luas akan dampak dari fashion yang berlebihan. *Sustainable fashion* sendiri merupakan bagian dari *slow fashion movement* yang sudah berkembang dari dekade terakhir, dan digunakan secara bergantian dengan busana yang berbahan ramah lingkungan, hijau dan etis (Carey & Cervellon, 2014). *Sustainable fashion* pertama kali muncul saat tahun 1960-an, ketika konsumen mulai menyadari adanya dampak dari industri busana terhadap lingkungan dan menuntut industri agar merubah praktiknya (Jung & Jin, 2014). Meskipun busana ramah lingkungan dianggap hal yang negatif, namun tanggapan ini berubah ketika adanya kampanye Anti-Fur yang muncul pada 1980-an hingga 1990-an, diikuti dengan adanya minat terhadap busana yang etis di akhir 1990an. Etis disini memfokuskan pada kondisi kerja yang adil, dan model bisnis yang berkelanjutan (Joergens, 2006), bahan yang organik dan ramah lingkungan (Johnston, 2012), bersertifikasi dan dapat dilacak bahan bakunya (Henninger, 2015).

*Sustainable fashion* bagian dari *slow fashion movement* sering disalahartikan sebagai kebalikan dari *fast fashion*. *Slow fashion* berintikan pada gagasan filosofis yang berpusat pada nilai-nilai keberlanjutan, seperti memperhatikan kondisi kerja yang baik dan mengurangi kerusakan lingkungan (Bourland, 2011; Pookulangara & Shepherd, 2013). Ini merupakan respon dari adanya siklus fashion yang cepat dan pertumbuhan bisnis yang "tidak berkelanjutan", dengan mempromosikan perilaku yang etis, mengurangi produksi busana dan membeli busana yang memperhatikan kualitas daripada kuantitas (Fletcher, 2010; Ertekin & Atik, 2014). *Sustainable fashion* lebih khusus menitikberatkan kepada pemberdayaan pekerja di seluruh rantai pasokan yang baik, memanfaatkan daur ulang, dan penggunaan teknik produksi secara tradisional, serta menggabungkan bahan baku yang terbarukan dan organik (Johnston, 2012).

Dengan demikian, *slow fashion* dalam praktiknya menjauhi industri fashion yang berkembang saat ini, dengan membutuhkan perubahan dalam sistem, infrastruktur, dan pasokan barang (Fletcher, 2010). Kunci dari *slow fashion* dan *sustainable fashion* adalah memiliki pendekatan yang seimbang terhadap rangkaian dalam memproduksi busana, seperti memiliki dampak baik yang berkelanjutan, mendirikan produksi lokal, dan fokus terhadap transparansi bahan baku (Ertekin & Atik, 2014). Namun, kini terdapat kesalahan pemahaman terkait *slow fashion*, dimana

media hanya menyoroti nilai-nilai yang berkelanjutan saja dan mengecualikan perilaku etis. Terlebih terdapat anggapan bahwasanya *slow fashion* hanya memproduksi koleksi busana dua kali setahun untuk musim semi atau musim panas dan musim gugur atau musim dingin (Pookulangara & Shepherd, 2013).

Nyatanya, menjadi hal yang sulit dalam mengelola sistem menuju busana yang berkelanjutan. Adapun kesulitannya, seperti (1) transparansi dalam rantai pasokan barang secara global agaknya sulit dilakukan. Agar tetap kompetitif, produksi ditekan untuk dapat menurunkan harga; (2) produksi yang meningkat serta industri garmen yang meningkat akan memicu fashion appetite (hasrat terhadap busana), sehingga membentuk terjadinya kesenjangan perilaku antar konsumen yang ingin terus membeli *sustainable fashion* (Goworek et al, 2013; McNeill & Moore, 2015). Hal ini dikarenakan, masih kurangnya pengetahuan dan kesadaran terkait *sustainable fashion*, yang pada akhirnya malah menghambat pengembangan sustainable secara lebih lanjut (Goworek et al, 2013); (3) dengan kondisi industri fashion yang kompetitif, sangat penting untuk dapat membedakan mana perusahaan yang benar-benar menjalankan 'greenization' (penghijauan) atau tidak (Ahluwalia & Miller, 2014; Du, 2015). Dengan adanya megatren sustainable (Mittelstaedt et al, 2014) perusahaan busana sering kali menggunakan kata-kata, seperti ramah lingkungan, organik, atau hijau dalam memasarkan produknya (Chen & Chang, 2013). Meskipun banyaknya perusahaan yang mengkomunikasikan aspek keberlanjutan dalam proses produksi, tampaknya semakin banyak perusahaan busana yang terjerumus dalam greenwashing. Dengan maksud bahwa itu hanya sekedar iklan untuk menarik konsumen alih-alih menerapkannya (Delmas & Burbano, 2011).

Dengan demikian, perusahaan busana secara tidak langsung menyiratkan bahwa memiliki dampak yang buruk terhadap lingkungan, namun sebaliknya malah mengkomunikasikan nya secara baik (Du, 2015). Konsumen tidak dapat mempercayai adanya klaim keberlanjutan dari perusahaan busana, karena mereka tidak dapat memverifikasi terhadap kredibilitasnya (Chen & Chang, 2013). Adapun konsekuensi dari greenwashing ini ialah ketika perusahaan busana mempromosikan iklan yang peduli terhadap sosial atau lingkungan. Awalnya konsumen akan berhati-hati dalam memilih barang. Kepercayaan dari konsumen bisa saja dapat muncul, namun membutuhkan waktu yang lama untuk bisa dibangun, dibina dan dipelihara kepercayaan tersebut (Rahmen et al, 2015).

Selain daripada *slow fashion*, kini hadir *thrift* sebagai respon terhadap hadirnya *fast fashion*, dimana istilah *thrift* sendiri booming karena generasi Z dan Y yang lebih peduli terhadap perubahan iklim dibandingkan generasi yang lebih tua. Sebelumnya, *thrift* sendiri merupakan sebuah toko amal (*thrift shop*) yang dikenal di Amerika Serikat dan Inggris, dengan menjual barang-barang bekas untuk kegiatan beramal. Namun, istilah *thrift shop* di Indonesia sedikit berbeda, dimana barang bekas yang dijual tanpa ada tujuan beramal dan hanya sebagai penghematan dan pengurangan limbah fashion (Nair, 2019; Sendari, 2021). *Thrift Shop* sendiri dapat ditemui pada media sosial ataupun pasar *thrift* seperti yang berada di Pasar Senen, Jakarta.

## KESIMPULAN

Era *fast fashion* terkini berdampak buruk kepada lingkungan yang pada akhirnya memunculkan perubahan iklim (climate change). Krisis ini termasuk ke dalam isu global kontemporer dan menarik perhatian karena ancamannya terhadap keamanan baru pada negara. Nyatanya, gaya hidup menjadi pemicu terbesar dalam memperburuk perubahan iklim, dimana gaya hidup yang buruk dalam fashion mendorong permintaan produksi busana secara terus

menerus, dan mengakibatkan limbah yang bertumpuk disebabkan silih bergantinya pemakaian busana yang secara cepat. Hal inilah inti dari model *fast fashion*. Walaupun istilah ini dinilai awam di masyarakat umum, namun merek pakaian *fast fashion* seperti Zara, Uniqlo, H&M dan lainnya sangat populer dalam masyarakat, sehingga tak heran industri *fast fashion* menyumbang 2% pada Produk Domestik Bruto (PDB) dunia dan menjadi industri dengan pasar yang menguntungkan.

Konsep Environmental Security dan Multinational Corporation (MNC) menjelaskan kehadiran perusahaan *fast fashion* yang berdampak kepada lingkungan dan iklim. Inti dari *fast fashion* itu sendiri berdasarkan kepada penawaran mode terbaru di pasar yang sangat cepat, dimana konsumen akan membelinya saat mode tersebut berada di puncak popularitas, lalu menggantinya dan membuangnya ketika mode tersebut sudah tidak lagi populer. Hasilnya, busana yang dibuang akan menumpuk di Tempat Pembuangan Akhir (TPA), dimana limbah ini telah mengalami peningkatan tinggi sejak tahun 2000, bahkan hanya 15% limbah tekstil yang dapat didaur ulang dan 60% busana yang dibuat merupakan berbahan dasar plastik. Ancaman buruk lainnya adalah adanya pengaruh kepada perairan, dimana bahan yang digunakan yaitu serat dapat menyumbat lautan dan penggunaan pewarna tekstil yang berbahaya bagi lingkungan, yang dapat meracuni perairan dan merusak ekosistem sungai, danau maupun laut. Tidak hanya dalam perairan, udara pun dapat terkena dampaknya. Ini disebabkan dari serangkaian proses produksi hingga distribusi fashion yang meningkatkan emisi gas rumah kaca, dimana diprediksi emisi akan meningkat lebih dari 50% hingga pada 2030.

Uniqlo dan Zara menjadi salah dua pemasok *fast fashion*. Keduanya merupakan merek yang terkenal di seluruh dunia. Uniqlo sendiri masih memakai bahan baku sintetis yang berharga murah. Selain itu, Uniqlo juga tidak memiliki sertifikasi terhadap bahan baku tekstil mereka. Selanjutnya, perusahaan Zara pun tidak melakukan transparansi bahan baku produksi yang digunakan, walaupun Zara sendiri memiliki inisiatif terhadap kebijakan lingkungan yang berkelanjutan. Nyatanya, Zara tidak melakukan atau membuktikan telah mencapai target kebijakan tersebut.

Untuk memperlambat fenomena *fast fashion* ini secara bertahap, diperlukannya solusi yang nyata dan masif untuk dapat mengurangi penggunaan *fast fashion*, seperti melalui forum-forum internasional yang mempertemukan seluruh negara untuk menyelesaikan masalah secara bersama. Dalam hal ini adalah konferensi iklim PBB (COP), dimana COP26 mulai berfokus pada isu fashion. Adapun lainnya, seperti G7 Fashion Pact dan Global Fashion Summit yang memfasilitasi kerja sama antar negara, perusahaan maupun individu. Pada Oktober 2021 terjadi unjuk rasa dalam peragaan busana yang diselenggarakan oleh Louis Vuitton (LV) di Paris Perancis, dimana unjuk rasa ini dilakukan oleh aktivis lingkungan yang memasuki catwalk sembari memegang kain yang bertuliskan "Overconsumption = extinction". Ini menandakan telah dimulainya kesadaran masyarakat akan *sustainable fashion* dan perlunya memperluas informasi kepada masyarakat umum akan dampak fashion yang berlebihan.

*Sustainable fashion* sendiri merupakan bagian dari *slow fashion movement*, yang berintikan kepada nilai-nilai yang keberlanjutan, seperti memperhatikan kondisi kerja yang layak dan mengurangi kerusakan lingkungan. Namun, *slow fashion* sendiri mengalami hambatan dalam penerapannya, seperti transparansi rantai pasokan barang global yang sulit dilakukan, memicu fashion appetite yang berujung pada kesenjangan antar manusia disebabkan konsumen yang terus membeli *sustainable fashion*, dan terakhir penggunaan kata-kata yang ramah lingkungan, organik dan hijau tanpa bukti oleh perusahaan agar menarik pembeli. Selain dari *slow fashion*, adalah *thrift*,

atau pembelian pakaian bekas layak pakai, yang menjadi fenomena tren di kalangan generasi muda (khususnya Gen Z dan Y) sebagai alternatif membeli pakaian yang murah dan mendukung pengurangan limbah fashion.

#### REFERENSI

- Ahluwalia, P., & Miller, T. (2014). Greenwashing social identity. *Social Identities*, 20(1), 1-4. <https://doi.org/10.1080/13504630.2013.878983>
- Akhirson, A. (2003). *Perusahaan Multinasional (MNC)*. Gunadarma University. Diakses pada 13 Juli 2022, dari <http://armaini.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/1156/MK-INTER.doc>.
- Anoraga, P. (1995). *Perusahaan Multinasional dan Penanaman Modal Asing*. Jakarta: PT. Dunia Pustaka Jaya.
- Assoune, A. (2020). 4 Proven Reasons Why Uniqlo Is A Fast fashion Brand. Tautan: <https://www.panaprium.com/blogs/i/reasons-why-uniqlo-is-a-fast-fashion-brand#:~:text=Uniqlo%20uses%20polluting%20fabrics%20and%20processes.&text=Uniqlo's%20newest%20collections%20use%20highly,any%20certification%20for%20their%20textiles> [diakses pada 17 Juli 2022]
- Barnes, L & G. Lea-Greenwood. (2006). Fast fashioning the supply chain: Shaping the research agenda. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 10(3), 259–271.
- Barnett, J. (2009). Environmental Security. Dalam R. Kitchin & Nigel Thrift (Ed.), *International Encyclopedia of Human Geography*. Amsterdam: Elsevier Science.
- Beautified. (2019). *Chanel, Gucci, Hermès Bergabung dalam Gerakan Sustainable fashion*. Tautan: <https://www.beautified.co.id/chanel-gucci-hermes-bergabung-dalam-gerakan-sustainable-fashion/> [diakses pada 17 Juli 2022]
- Bhardwaj, V & Fairhurst, A. (2010). Fast fashion: Response to Change in The Fashion Industry. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 20(1), 165-173.
- Bourland, J. (2011). *What is slow fashion?*. *Slow fashioned [online]*. Tautan: <http://www.slowfashioned.com/archives/4909> [diakses pada 16 Juli 2022]
- Bullaro, G. (2019). *Fashion Wars! Who Won the Battle of Haute Couture, Italy or France?*. Tautan: <https://lavocedineyork.com/en/arts/2019/05/06/fashion-wars-who-won-the-battle-of-haute-couture-italy-or-france/> [diakses pada 13 Juli 2022]
- Carey, L., & Cervellon, M. -C. (2014). Ethical fashion dimensions: pictorial and auditory depictions through three cultural perspectives. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 18(4), 483 - 506. DOI: 10.1108/JFMM -11 -2012 -0067
- Chen, Y.S & Chang, C.H. (2013). Greenwash and green trust: The mediation effects of green consumer confusion and Green Perceived Risk. *Journal of Business Ethics*, 114(3), 489–500. DOI: 10.1007/s10551 -012 -1360-0
- Creswell, W.J. (2010). *Research Design*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- CW Team. (2007). *Intergovernmental Panel on Climate Change 2007: Synthesis Report*. Geneva: IPCC. Tautan: [https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2018/02/ar4\\_syr\\_full\\_report.pdf](https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2018/02/ar4_syr_full_report.pdf)
- Delmas, M.A., & Burbano, V.C. (2011). The drivers of greenwashing. *California Management Review*, 54(1), 64 -87.
- Dockrill, M. (2022). *How Ethical Is Zara?*. Tautan: <https://goodonyou.eco/how-ethical-is-zara/> [diakses pada 18 Juli 2022]
- Du, X. (2015). How the market values greenwashing? Evidence from China. *Journal of Business Ethics*, 128(3), 547 -574. DOI: 10.1007/s10551-014-2122-y
- Edmonds, L. (2021). *A protester stormed the runway at Louis Vuitton's Paris fashion show and was dragged out by security*. Tautan: <https://www.insider.com/climate-crisis-protester-disrupts-louis-vuitton-runway-show-2021-10> [diakses pada 15 Juli 2022]
- Ernawati, F. (2019). *Eksternalitas Industri Garmen di Kabupaten Jepara Terhadap Lingkungan dan Sosial-Ekonomi Masyarakat Sekitar*. Skripsi. Universitas Negeri Semarang

- Ertekin, Z.O., & Atik, D. (2014). Sustainable markets: motivating factors, barriers, and remedies for mobilization of *slow fashion*. *Journal of Macromarketing*, 35(1), 53 - 69. DOI: 10.1177/0276146714535932
- Fashion Revolution. (2021). *COP26 and fashion: What happens next?*. Tautan: <https://www.fashionrevolution.org/cop26-and-fashion-what-happens-next/> [diakses pada 17 Juli 2022]
- Fashion Revolution. (2022). *Fashion Transparency Index, 2022 Edition*. Fashion Revolution CIC.
- Fashion United. (2022). *Global fashion industry statistics - International apparel*. Tautan: <https://fashionunited.com/global-fashion-industry-statistics>. [diakses pada 13 Juli 2022]
- Fast Retailing. Co. LTD. (2022). *First-half FY2022 Fact Book*. <https://www.fastretailing.com/jp/ir/library/pdf/factbook202202.pdf>
- Fletcher, K. (2010). *Slow fashion: an invitation for systems change*. *Fashion Practice: The Journal of Design, Creative Process and the Fashion*, 2(2), 259-266. DOI: 10.2752/175693810X12774625387594
- Global Fashion Summit. (2022). *Alliance for a New Era*. Tautan: <https://globalfashionsummit.com/4179-2/> [diakses pada 18 Juli 2022]
- Goworek, H., Hiller, Al., Fischer, T. Cooper, T. & Woodward, S. (2013). Consumers' attitudes towards sustainable fashion: clothing usage and disposal. *Sustainability in Fashion and Textiles*, 17, 376-392. DOI: [http://dx.Doi.org/10.9774/GLEAF.978-1-909493-61-2\\_25](http://dx.doi.org/10.9774/GLEAF.978-1-909493-61-2_25)
- Hanson, J. (2019). *Fast fashion – this industry needs an urgent makeover*. Tautan: <https://www.greenpeace.org.uk/news/fast-fashion-this-industry-needs-an-urgent-makeover/> [diakses pada 13 Juli 2022]
- Henninger, C.E. (2015). Traceability the new eco -label in the slow-fashion industry? Consumer perceptions and micro-organisations responses. *Sustainability*, 7, 6011 - 6032. DOI: 10.3390/su7056011
- Henninger, C.E., Alevizou, P.J & Oates, C.J. (2016). What is sustainable fashion?. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 1 - 22. DOI: 10.1108/JFMM-07-2015-0052
- Inditex. (2021). *Get to know Inditex: Global presence and key figures in 2021*. Laporan Tahunan.
- Inditex. (2022). *Home*. Tautan: <https://www.inditex.com/itxcomweb/en/home> [diakses pada 18 Juli 2022]
- INSC. (2021). *Eco/Green: 12 Reasons Why Sustainable Fashion Matters*. Tautan: <https://theinscribermag.com/eco-green-12-reasons-why-sustainable-fashion-matters/> [diakses pada 16 Juli 2022]
- Jagannathan, M. (2018). *Why people conveniently 'forget' that child labor made their jeans*. Tautan: <https://www.marketwatch.com/story/why-people-conveniently-forget-that-child-labor-made-their-jeans-2018-01-11-14884835> [diakses pada 16 Juli 2022]
- Joergens, C. (2006). Ethical fashion: myth or future trend?. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 10(3), 360-371. DOI : 10.1108/13612020610679321
- Johnston, A. (2012). *The first steps towards considerate design incorporating Cradle to Cradle principles*. London College of Fashion [online]. Tautan: [http://innovatingsustainablefashion.files.wordpress.com/2012/07/cradle-to-cradle\\_copenhagen\\_final\\_small.pdf](http://innovatingsustainablefashion.files.wordpress.com/2012/07/cradle-to-cradle_copenhagen_final_small.pdf) [diakses pada 16 Juli 2022]
- Jonas, C. (2021). *How "Fast fashion" Became a Phenomenon and Why It's Bad For You and the Planet*. Tautan: <https://lavocedineyork.com/en/lifestyles/2021/06/10/how-fast-fashion-became-a-phenomenon-and-why-its-bad-for-you-and-the-planet/> [diakses pada 13 Juli 2022]
- Jung, S., & Jin, B. (2014). A theoretical investigation of *slow fashion*: sustainable future of the apparel industry. *International Journal of Consumer Studies*, 38(5), 510-519. DOI: 10.1111/ijcs.12127
- Kalambura, S., Pedro, S. & Paixao, S. (2020). Fast fashion – Sustainability and Climate Change: A Comparative Study of Portugal and Croatia. *Socijalna Ekologija*, 29(2), 269-291. DOI: 10.17234/SocEkol.29.2.6.

- Kogut, B. (2001). Multinational Corporations. Dalam N. J. Smelser & Paul B. Baltes (Ed.), *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*, 10197-10204. Oxford: Pergamon.
- Lai, O. (2021). *7 Fast fashion Companies Responsible for Environmental Pollution*. Tautan: <https://earth.org/fast-fashion-companies/> [diakses pada 17 Juli 2022]
- Lewis, T. (2015). Apparel disposal and reuse. Dalam R.S. Blackburn (Ed.), *Sustainable Apparel: Production, Processing and Recycling*. Cambridge: Woodhead Publishing.
- Marvin, L. (2022). *How Sustainable is Zara?*. Tautan: <https://www.eco-stylist.com/how-sustainable-is-zara/#:~:text=The%20main%20issue%20with%20Zara's,sustainability%20goals%20can%20truly%20be.> [diakses pada 18 Juli 2022]
- McNeill, L., & Moore, R. (2015). Sustainable fashion consumption and the *fast fashion* conundrum: fashionable consumers and attitudes to sustainability in clothing choice. *International Journal of Consumer Studies*, 39(3), 212-222. DOI: 10.1111/ijcs.12169
- Mittelstaedt, J.D., Schultz II, C.J., Kilbourne, W.E., & Peterson, M. (2014). Sustainability as megatrend: Two schools of macromarketing thought. *Journal of Macromarketing*, 34(3), 253 - 264. DOI: 10.1177/0276146713520551
- Muller, F. & Giovanni Zurlini. (2008). Environmental Security. Dalam Sven Erik Jørgensen and Brian D. Fath (Ed.), *Encyclopedia of Ecology, Vol. 4 System Ecology*. Oxford: Elsevier.
- Nurhasanah, N., Nababan, I. T. B., & Fadhilah, N. H. K. (2022). PENGARUH PENGUNGKAPAN SUSTAINABILITY REPORT TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SUBSEKTOR FARMASI TAHUN 2019-2021. *SENAKOTA: Seminar Nasional Ekonomi Dan Akuntansi*, 1.
- Nair, N. (2019). *Rise of Thrifting: Solution to fast fashion or stealing from the poor?* Tautan: <https://econreview.berkeley.edu/rise-of-thrifting-solution-to-fast-fashion-or-stealing-from-the-poor/> [diakses pada 16 Juli 2022]
- Noyes, L. (2021). *Fast fashion 101: Everything You Need to Know*. Tautan: <https://www.ecowatch.com/fast-fashion-guide-2655084121.html> [diakses pada 13 Juli 2022]
- Paulina, E., Mareta, F., Jasuni, A. Y., & Meliani, S. (2020). Analisa Laporan Keuangan Guna Mengukur Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Semen Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 2(3), 102-109.
- PAO. (2012). The Environment and Human Security. Dalam *Health in the Americas, Edition: Regional Volume*. Washington: Pan American Health Organization.
- Peters, G., Li, M., & Lenzen, M. (2021). The need to decelerate fast fashion in a hot climate - a global sustainability perspective on the garment industry. *Journal of Cleaner Production*, 295, 1-10. DOI: 10.1016/j.jclepro.2021.126390
- Pookulangara, S., & Shepard, A. (2013). *Slow fashion movement: Understanding consumer perceptions – An exploratory study*. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 20(2), 200 -206. DOI: 10.1016/j.jretconser.2012.
- Rahmen, I., Park, J., & Chi, C. (2014). Consequences of 'greenwashing'. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(6), 1054-1081. DOI: <http://dx.Doi.org/10.1108/IJCHM-04-2014-0202>
- Raturier, S. (2022). *What Is Fast fashion and Why Is It So Bad?*. Tautan: <https://goodonyou.eco/what-is-fast-fashion/> [diakses pada 13 Juli 2022]
- Ribeiro, F., dkk. (2020). Quantitative Analysis of Selected Plastics in High-Commercial-Value Australian Seafood by Pyrolysis Gas Chromatography Mass Spectrometry. *Environmental Science & Technology*, 54 (15), 9408-9417. DOI: 10.1021/acs.est.0c02337
- Rina, E., Gumelar, T. M., & Paulina, E. (2022). Pengaruh Struktur Aktiva Dan Risiko Bisnis Pada Struktur Modal Dengan Growth Opportunity Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Asuransi Listed Bei Periode 2016-2020). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan West Science*, 1(01), 22-37.

- Sendari, A.A. (2021). *Thrift Shop adalah bagian dari penghematan, ketahui manfaat membeli pakaian bekas*. Tautan: <https://hot.liputan6.com/read/4659606/thrift-shop-adalah-bagian-dari-penghematan-kenahui-manfaat-membeli-pakaian-bekas> [diakses pada 16 Juli 2022]
- Sending, J dkk. (2020). Climate Change and International Relations: A Five-Pronged Research Agenda. *Journal of International Affairs*, 73(1), 183-194.
- Shukla, N. (2022). *Fast fashion Pollution and Climate Change*. Tautan: <https://earth.org/fast-fashion-pollution-and-climate-change/> [diakses pada 16 Juli 2022]
- Smith, P. (2021). *Percentage sales growth in the fashion industry worldwide in 2020*. Tautan: <https://www.statista.com/statistics/802943/fashion-industry-sales-growth-worldwide-by-region/> [diakses pada 13 Juli 2022]
- Smith, P. (2022). *Market share of global apparel demand from 2005 to 2020, by region*. Tautan: <https://www.statista.com/statistics/821457/demand-share-of-global-apparel-market-by-region/> [diakses pada 13 Juli 2022]
- Sydney. (2008). *Fast fashion is not a trend*. Tautan: <http://www.sydneylovesfashion.com/2008/12/fast-fashion-is-trend.html> [diakses pada 13 Juli 2022]
- Textile Exchange. (2021). *Our request to governments*. Tautan: <https://textileexchange.org/wp-content/uploads/2021/11/COP-26-Textile-Exchange-Request-to-governments1-1.pdf> [diakses pada 17 Juli 2022]
- The Fashion Pact. (2022). *Signatories*, 22.03.2022. Tautan: <https://www.thefashionpact.org/download?id=415&pn=SignatoriesThe%20Fashion%20Pact15-03-2022-pdf> [diakses pada 17 Juli 2022]
- UNCC. (2021). *Fashion Industry Charter for Climate Action*. Tautan: [https://unfccc.int/sites/default/files/resource/Fashion%20Industry%20Carter%20for%20Climate%20Action\\_2021.pdf](https://unfccc.int/sites/default/files/resource/Fashion%20Industry%20Carter%20for%20Climate%20Action_2021.pdf) [diakses pada 17 Juli 2022]
- UNECE. (2018). *Fashion and the SDGs: what role for the UN?*. Tautan: [https://unece.org/fileadmin/DAM/RCM\\_Website/RFSD\\_2018\\_Side\\_event\\_sustainable\\_fashion.pdf](https://unece.org/fileadmin/DAM/RCM_Website/RFSD_2018_Side_event_sustainable_fashion.pdf) [diakses pada 13 Juli 2022]
- UNEP. (2018). *Putting the brakes on fast fashion*. Tautan: <https://www.unep.org/news-and-stories/story/putting-brakes-fast-fashion> [diakses pada 13 Juli 2022]
- UNTFHS. (2016). *Human Security Handbook*. United Nations. Tautan: <https://www.un.org/humansecurity/wp-content/uploads/2017/10/h2.pdf>
- Vilaca, J. (2022). *Fashion Industry Statistics: The 4th Biggest Sector is Way More Than Just About Clothing*. Tautan: [https://fashinnovation.nyc/fashion-industry-statistics/#:~:text=According%20to%20Fashion%20United%2C%20the,Gross%20Domestic%20Product%20\(GDP\).](https://fashinnovation.nyc/fashion-industry-statistics/#:~:text=According%20to%20Fashion%20United%2C%20the,Gross%20Domestic%20Product%20(GDP).) [diakses pada 13 Juli 2022]
- Williams, C. (2017). *The Devil Wears Zara: Threat of Climate Change from Fast fashion is Heating Up*. Tautan: <https://digital.hbs.edu/platform-rctom/submission/the-devil-wears-zara-threat-of-climate-change-from-fast-fashion-is-heating-up/> [diakses pada 18 Juli 2022]
- Wilson-Powell, G. (2018). *What Happens To Clothes When You Recycle Them?*. Tautan: <https://pebblemag.com/magazine/doing/recycling-clothing-traid-fashion> [diakses pada 13 Juli 2022]
- Winarno, Budi. (2017). The Value of International Regime and Global Environmental Crisis. *Jurnal Hubungan Internasional*, 6(1), 81-98. DOI: 10.18196/hi.61107.