

TREN KONSUMERISME DAN DAMPAK *FAST FASHION* BAGI LINGKUNGAN KOTA MEDAN

Fenty Yolanda Pratiwi¹, Ibnu Zulian²

^{1,2}Universitas Potensi Utama Medan

Email: fenty.y.pratiwi14@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang dampak *fast fashion* terhadap tren konsumerisme anak muda di Kota Medan, menyoroti bahwa *fast fashion* bukan hanya sekedar gaya hidup namun sebuah tren yang cepat dan dapat mengubah desain serta bentuk dengan cepat. Anak muda menjadi sasaran produk *fast fashion*, yang dapat didapatkan dalam harga yang relatif murah untuk produk tersebut. Penelitian menunjukkan bahwa *fast fashion* merupakan masalah lingkungan yang besar, karena menggunakan sejumlah besar udara, CO₂, dan energi. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner secara langsung, menggunakan data primer sebagai data yang digunakan dalam penelitian ini, dan melakukan analisis data dengan menggunakan metode analisis isi. Melalui penelitian ini, penulis sampai pada fakta bahwa meningkatnya kecenderungan konsumsi anak muda di Kota Medan berdampak pada lingkungan hidup di Kota Medan. Limbah yang dihasilkan selama produksi dibuang ke sungai dan laut, sehingga mencemari laut dan makhluk hidup yang hidup di sana. Kandungan bahan kimia tersebut menyebabkan polusi udara dan juga dapat menyebabkan pemanasan global.

Kata Kunci: *Fast fashion*, Dampak Lingkungan, Pemuda

Abstract

This research discusses the impact of fast fashion on the consumerism trend of young people in the city of Medan, highlighting that fast fashion is not just a lifestyle but a trend that is fast and can change designs and shapes quickly. Young people are targeted for fast fashion products, which can be obtained at relatively cheap prices for these products. Research shows that fast fashion is a big environmental problem, because it uses large amounts of air, CO₂ and energy. The data collection method used in this research is by distributing questionnaires directly, using primary data as the data used in this research, and analyzing the data using the content analysis method. Through this research, the author arrived at the fact that the increasing consumption tendencies of young people in Medan City have an impact on the living environment in Medan City. Waste generated during production is discharged into rivers and seas, thereby polluting the sea and the living creatures that live there. The chemical content causes air pollution and can also cause global warming.

Keywords: *Fast fashion, Environmental Impact, youth*

A. PENDAHULUAN

Tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan zaman modern telah memberikan dampak yang beragam pada tingkat masyarakat, baik dalam konteks sosial, budaya, dan adat. Oleh karena itu, untuk bisa bergaya, nampaknya perlu terus melakukan evolusi, termasuk penampilan. Membeli baju baru merupakan hal yang dinanti-nantikan banyak orang. Peralihan, keinginan untuk tampil gaya, meski merupakan kebutuhan pokok, hanyalah sebuah impian. Orang-orang berusaha tampil semenarik mungkin dengan *fashion* terkini.

Industri *fashion* pakaian senantiasa mengikuti perkembangan *fashion* terkini di seluruh dunia guna menarik konsumen. Tren *fast fashion* yang menawarkan pakaian dalam jumlah banyak dan harga terjangkau semakin berkembang pesat sehingga memudahkan masyarakat dalam membeli pakaian. Namun, evolusi tren fesyen berubah dengan cepat dan masyarakat berlomba-lomba mendapatkan item fesyen terkini dari berbagai merek (Shinta, 2018). Produksi *fast fashion* merupakan upaya industri *fashion* untuk mengadaptasi dan melengkapi permintaan konsumen terhadap tren *fashion* (Muhamad, 2018).

Secara etimologis *fashion* erat kaitannya dengan kata latin “factio” yang berarti “membuat” atau “melakukan” dan mengacu pada suatu kegiatan. *Fashion* mengasosiasikan orang dengan ide-ide fetish (Barnard, 1996). Menurut Wei dan Zhou, *fast fashion* adalah istilah modern yang menggambarkan bagaimana pengecer fesyen dengan cepat memindahkan desain dari runway ke toko untuk menangkap tren terkini di pasar. *Fast fashion* merupakan strategi yang digunakan oleh beberapa merek *fashion* untuk melacak perubahan tren *fashion* dengan cepat (Sharma, 2014). *Fast fashion* banyak diminati masyarakat karena dianggap efektif dan efisien, namun kenyataannya konsep ready-to-wear banyak menimbulkan dampak negatif bagi industri *fast fashion*.

Kota Medan, kota terbesar ketiga di Indonesia, dinilai memiliki pangsa pasar yang besar dalam perkembangan tren *fashion*. Respon positif dari masyarakat berarti produk *fashion* kami terus berinovasi untuk mencapai hasil terbaik. Terlebih lagi, evolusi tren ini terus berubah di Indonesia. *Fashion* yang diperlukan untuk memperkaya gaya hidup seseorang semakin menarik perhatian sebagai sesuatu yang patut dibagikan. Namun saat ini Anda harus mengambil pilihan bijak tergantung pada kemampuan dan kenyamanan Anda saat menggunakan layar ini.

Pasar *fashion* di Kota Medan didominasi oleh kalangan anak muda. Saat ini, karena pengaruh perkembangan zaman, generasi muda khususnya di kota Medan menentukan gaya dalam berbusana karena ingin tampil modis atau modern. Mereka merasa perlu mengikuti tren yang ada agar tidak merasa ketinggalan jaman. Oleh karena itu, generasi muda memilih produk-produk *fast fashion* yang berpenampilan keren dan memiliki harga yang terjangkau di dompet anak muda. Hal ini juga meningkatkan tingkat kepuasan individu yang memakainya. Di kalangan generasi muda, gaya hidup tidak hanya dipandang sebagai suatu kebutuhan, tetapi juga sebagai bentuk pencapaian yang mewujudkan individualitas dan individualitas, serta cara untuk memajukan eksistensi diri, di mana penilaian sosial adalah segalanya.

Pada latar belakang diatas penelitian ini akan menjawab tentang apa saja penyebab kalangan pemuda Kota Medan menyukai produk *fast fashion* dan dampak yang dihasilkan dari pola konsumerisme kalangan pemuda terhadap lingkungan Kota Medan.

B. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan sumber seperti buku, jurnal, artikel online dan website resmi pemerintah. Metode kualitatif adalah sebuah langkah-langkah dalam penelitian sosial untuk mendapatkan data deskriptif berupa kata-kata dan gambar (Sugiyono, 2014). Sedangkan dalam teknik pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode kuesioner yang merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan untuk dibawah oleh para responden (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini, data yang digunakan peneliti akan berupa data primer. Sumber data primer adalah sumber data yang peneliti peroleh langsung dari 25 responden. Kriteria penyebaran kuesioner adalah laki-laki dan perempuan berusia 19–25 tahun yang tinggal di Kota Medan. Data primer penelitian ini diperoleh dari responden yang mengisi kuesioner tentang *fast fashion*. Data yang terkumpul dianalisis untuk memperoleh informasi yang lebih rinci. Penelitian ini menggunakan teknik analisis isi. Analisis isi adalah analisis ilmiah terhadap isi pesan data.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Fashion adalah kombinasi gaya dengan rencana dan pola, dan tersebar luas di komunitas lokal sebagai budaya pakaian. *Fashion* telah berkembang seiring perkembangan zaman. Faktanya, banyak tren *fashion* zaman dulu yang kembali lagi menjadi tren masa kini. Misalnya saja pakaian tahun 80an dan 90an yang kembali populer di masyarakat pada tahun 2019 dan 2020. Gaya vintage atau antik kini banyak dipadukan dengan gaya modern dan menjadi sangat populer di masyarakat. Tahun 2020 menjadi masa dimana pakaian gombong (*Oversize*) dengan warna neon dan corak serta motif cerah sedang booming. Tren fesyen yang digemari masyarakat Indonesia saat ini dipengaruhi oleh budaya Eropa dan Asia (khususnya Korea).



Gambar 1. Trend Fashion Oversize

Sumber: Tagar.id

Perkembangan tren *fashion* dipengaruhi oleh beberapa aspek:

1. Media Masa
Perubahan gaya berbusana tidak lagi ditentukan oleh satu atau dua musim saja. Pengaruh media massa sangat berkontribusi terhadap perkembangan tren *fashion*. Begitu koleksi fesyen terbaru dirilis, para reporter dan jurnalis mulai menulis artikel tentang tren *fashion* terkini. Apalagi dengan munculnya majalah *fashion* dan televisi, semakin mudah untuk melihat *fashion* apa yang sedang tren saat ini.
2. Dunia Hiburan
Industri hiburan menjadi salah satu faktor pendorong perubahan tren *fashion* global. Artis-artis ternama yang kerap tampil di media tak henti-hentinya mengubah gaya berpakaian agar sesuai dengan tren terkini, bahkan ada yang membuat atau memulai tren pakaian.
3. Bisnis
Industri fesyen memanfaatkan perubahan tren fesyen untuk menarik konsumen dengan cara memuaskan keinginan konsumen terhadap tren fesyen. Industri *fashion* bersaing dengan industri lain untuk menciptakan tren *fashion* terkini.
4. Internet
Kehadiran internet sangat membantu dalam menyebarkan segala macam tren terkini. Pengenalan Internet telah memudahkan orang untuk mengakses segala sesuatu secara online. Media sosial dengan bantuan internet telah menjadi pusat pencarian tren *fashion* terkini. Mudah-mudahan mengenali gaya berpakaian para idola menjadi dasar untuk mensosialisasikan tren fesyen kepada masyarakat. Oleh karena itu, banyak industri dan toko *fashion* yang mempromosikan produknya melalui Internet.



Gambar 2. Trend Fashion 2020

Sumber: Femina

Perancang busana Jennahara Nasution mengatakan promosi koleksi busananya berlangsung sangat cepat. Sebelumnya, para desainer merilis koleksi fesyen terbarunya setidaknya enam bulan sekali. Namun kini desainer bisa merilis koleksi baru setiap bulan atau bahkan setiap minggu. Hal ini tentu saja menjadi penyebab munculnya fenomena *fast fashion* dunia. Tren fesyen dengan cepat dikaitkan dengan perilaku konsumen yang cangguh.

Fenomena *fast fashion* yang bermunculan di seluruh dunia sebagai wujud realisasi konsep ready-to-wear tidak lagi dipandang sebagai perlindungan belaka. Saat ini, *fashion* dijadikan salah satu indikator status sosial seseorang. Tidak dapat dipungkiri bahwa orang menilai orang lain berdasarkan penampilan terlebih dahulu, sehingga orang yang berpakaian rapi dan berpenampilan modis sangat dihargai oleh orang lain. Itu sebabnya orang ingin tampil modis dan mengikuti tren yang ada. Tentu saja hal ini menjadi semakin menguntungkan bagi gerai *fast fashion*.



Gambar 3. Brand Fast fashion

Sumber: Central News

Gerai *fast fashion* seperti H&M, ZARA, dan Uniqlo mengedepankan kecepatan dan biaya produksi yang rendah untuk menyediakan koleksi terkini sesuai tren, sehingga koleksi terbaru hadir setidaknya setiap enam hingga delapan minggu. Hal ini berdampak negatif terhadap lingkungan.

Budaya Konsumerisme

Istilah konsumerisme adalah tindakan atau pola pikir seseorang yang kecanduan konsumsi yang membeli dan menggunakan barang dan jasa secara berlebihan, semata-mata untuk kesenangan dan alasan non-fungsional, mengabaikan prinsip hemat. Konsumerisme merupakan pola pikir dan perilaku masyarakat yang membeli suatu produk bukan karena membutuhkan sesuatu, namun karena mencari kepuasan melalui pembelian tersebut (Zahrawati & Faraz, 2017). Menurut Colin Campbell, konsumerisme adalah suatu kondisi sosial yang terjadi ketika konsumsi bagi banyak orang menjadi makna hidup yang utama, bahkan tujuan hidup. Konsumerisme telah merambah ke seluruh negara dan bangsa di dunia

seiring dengan budaya globalisasi (Ihza, 2013). Budaya globalisasi yang dibawa oleh pemikiran neoliberal telah melahirkan budaya global yang mempengaruhi perilaku konsumsi manusia, globalisasi sikap gaya hidup, dan globalisasi budaya yang disebut konsumerisme. Budaya global ini pasti akan meminggirkan budaya lokal masyarakat di Dunia Selatan (khususnya). Hegemoni budaya global mendorong pendiskreditan budaya lokal sebagai budaya yang bersifat regional, kuno, dan ketinggalan jaman. Mengingat konsumerisme bukan sekedar gaya hidup yang dangkal tetapi berakar pada filosofi yang lebih dalam (individualisme), maka pendiskreditan ini otomatis berujung pada marginalisasi budaya-budaya tersebut. Tren *fashion* berubah begitu pesat dalam perkembangannya saat ini sehingga tidak mau ketinggalan dan mencari item *fashion* terbaru dari berbagai brand hingga muncul konsep *ready-to-wear* yang diimplementasikan dalam bentuk tren desainer dalam dan luar negeri. pakaian dan item *fashion* lainnya. Harga dan akses lebih murah, serta jumlah banyak. Dalam hal ini tentu saja industri *fashion* menyatu dengan fenomena percepatan kehidupan (dromologi), dimana setiap produk *fashion* diproduksi dan dijual dengan cepat kepada masyarakat modern pecinta gaya hidup dan mengkonsumsi tren terkini. Modernisasi telah membawa manfaat yang besar bagi masyarakat dan membuka berbagai kemungkinan dalam bidang industri *fashion*, termasuk bisnis *fast fashion*. Meskipun pola bisnis *fast fashion* pada awalnya membawa banyak keuntungan dan kemudahan bagi berkembangnya industri *fashion* baru yang mampu menyerap tenaga kerja, namun tidak dapat dipungkiri bahwa berbagai permasalahan muncul dalam proses perkembangannya.

Penyebab Kalangan Muda Menyukai Produk *Fast fashion*

Hidup di dunia yang serba cepat membuat barang-barang *fast fashion* lebih terjangkau untuk dibeli. Tren terkini terjual dengan cepat, sehingga kaum muda bisa mendapatkan apa yang mereka inginkan tanpa harus menunggu. Saat ini, e-commerce telah muncul sebagai industri terbesar di dunia hingga saat ini, dengan beragam merek *fast fashion* yang dapat dipilih baik di toko ritel maupun online. Pakaian murah memungkinkan orang membeli baju baru setiap akhir pekan hanya untuk pergi keluar. Akibatnya, masyarakat mempunyai kebiasaan membeli sesuatu dan memakainya hanya sekali. *Fast fashion* nyaman bagi masyarakat yang tidak memiliki banyak pendapatan, seperti anak muda. Industri ini menawarkan kegembiraan karena selalu bisa membeli sesuatu yang baru dengan harga lebih murah. Keunggulan *fast fashion* adalah tidak memiliki format tertentu dan menawarkan sesuatu dari tren yang sudah ada dan terus berubah. *Fast fashion* adalah metode penyimpanan yang terus menyediakan inventaris baru sepanjang tahun dan jauh lebih murah dibandingkan area lain di industri *fashion*. Seperti yang Anda ketahui, prinsip dasar *fast fashion* adalah mengurangi waktu yang dibutuhkan suatu produk untuk berpindah dari konsep ke konsumen. Oleh karena itu, *fast fashion* selalu ada di kalangan anak muda.

Tabel 1. Minat Responden Terhadap Produk *Fast Fashion*

No	Nama Responden	Usia	Pekerjaan	Jangka Waktu Pembelian Barang Fashion	Barang Yang Dibeli
1.	Shofa	23 Tahun	Guru	2 Minggu	Hijab, Set-Gamis, Celana
2.	Andhika	23 Tahun	Mahasiswa	1 Minggu	Kemeja dan Celana
3.	Anggi	23 Tahun	Wiraswasta	1 Minggu	Kaos dan Celana
4.	Icha	23 Tahun	Admin Resto	1 Minggu	Hijab, Kemeja, dan Celana
5.	Naila	23 Tahun	Wiraswasta	2 Minggu	Hijab dan Set-Gamis
6.	Andika	23 Tahun	Mahasiswa	2 Minggu	Kaos, Hoodie dan Celana

ARTIKEL

No	Nama Responden	Usia	Pekerjaan	Jangka Waktu Pembelian Barang Fashion	Barang Yang Dibeli
7.	Rizky	19 Tahun	Mahasiswa	Tidak Menentu	Kaos, Kemeja dan Celana
8.	Anisa	19 Tahun	Mahasiswa	1 Minggu	Kemeja dan Celana
9.	Hatma	23 Tahun	Mahasiswa	1 Minggu	Hijab, Kemeja, dan Celana
10.	Suardi	20 Tahun	Tukang Pangkas	Tidak Menentu	Tergantung Keinginan
11.	Dani	20 Tahun	Penjual Roti Bakar	1 Bulan	Tergantung Keinginan
12.	Candra	25 Tahun	Wiraswasta	3 Minggu	Kaos, Kemeja, Celana
13.	Putri	24 Tahun	Make Up Artist	1 Minggu	Hijab, Kemeja, Blouse dan Celana
14.	Anggi	23 Tahun	Mahasiswa	1 Minggu	Hijab, Kemeja dan Celana
15.	Kiki	23 Tahun	Influencer	1 Minggu	Hijab, Kemeja, Blouse dan Celana
16.	Novi	23 Tahun	Mahasiswa	Tidak Menentu	Hijab, Kemeja dan Celana
17.	Wakhid	23 Tahun	Mahasiswa	Tidak Menentu	Tergantung Keinginan
18.	Luthfi	23 Tahun	Mahasiswa	Tidak Menentu	Kemeja, Kaos, Hoodie, dan Celana
19.	Adam	23 Tahun	Wiraswasta	3 Minggu	Tergantung Keinginan
20.	Robhie	23 Tahun	Mahasiswa	2 Minggu	Kemeja, Kaos dan Celana
21.	Fajri	23 Tahun	Laundry	1 Bulan	Kemeja dan Celana
22.	Fahri	23 Tahun	Mahasiswa	3 Minggu	Kaos, Kemeja dan Celana
23.	Aldo	23 Tahun	Mahasiswa	2 Minggu	Tergantung Keinginan
24.	Yola	21 Tahun	Mahasiswa	2 Minggu	Hijab, Rok, Kemeja dan Celana
25.	Kardi	25 Tahun	Wiraswasta	Tidak Menentu	Tergantung Keinginan

Berdasarkan data pada tabel 1 diatas menunjukkan bahwa dari 25 pemuda Kota Medan semua sering membeli produk *fast fashion*. Dari 25 responden tersebut 8 orang responden membeli barang setiap 1 minggu, 6 responden membeli barang setiap 2 minggu, 3 responden membeli barang setiap 3 minggu, lalu 2 orang responden membeli barang setiap 1 bulan dan sisanya 6 orang responden membeli barang dengan kurun waktu tidak menentu. Sebagian besar produk yang dibeli oleh para responden adalah Kaos, Kemeja, Celana, sisanya adalah hijab, hoodie dan rok pada produk *fast fashion* serta tergantung dengan keinginan pribadi sesuai dengan kondisi keuangan. Alasan mereka memberi barang-barang *fast fashion* tersebut melainkan agar ingin terlihat memakai pakaian yang serasi dan ingin terlihat elegan dipandang oleh orang, ada pula responden yang membutuhkan pakaian baru karna tuntutan pekerjaan yang

diharuskan memakai pakaian berbeda agar enak terlihat di depan kamera, memperbanyak produk *fast fashion* seperti brand H&M, ZARA dan UNIQLO. Hal ini terlihat jelas bahwa kalangan pemuda dari 25 orang responden ini telah menganut budaya konsumerisme. Mereka membeli barang-barang *fast fashion* bukan sebagai kebutuhan melainkan keinginan yang selalu ingin tampil mengikuti tren dan ingin dilihat oleh orang. Budaya konsumerisme tentunya dapat dicegah, apalagi yang terkena budaya tersebut adalah para kalangan muda.

Para responden yang terdiri dari kalangan pemuda tersebut menawarkan solusi untuk para pemuda agar tidak terjebak dengan budaya konsumerisme yaitu, belilah barang yang diperlukan bukan atas dasar ingin mengikuti tren belaka, bersikap bijak sebelum membeli barang seperti produk *fast fashion*, menetapkan prioritas utamakan barang yang sesuai dengan kebutuhan, menanamkan prinsip bahwa membeli barang-barang produk *fast fashion* tidak akan selalu bahagia, belajar untuk mengelola keuangan agar kondisi finansial bisa stabil.

Dari hal-hal tersebut yang harus ditamkan oleh generasi muda Kota Medan yang telah terdampak budaya konsumerisme karna pada dasarnya globalisasi akan terus berkembang dan gaya hidup juga akan terus mengikuti era globalisasi.

Dampak Fast Fashion Terhadap Lingkungan

Fast fashion dapat menyebabkan pencemaran air dan kerusakan lingkungan melalui penggunaan bahan kimia beracun. Industri *fashion* seringkali mengabaikan bahaya bahan kimia dalam produknya demi menghasilkan bahan yang lebih murah dan cepat. Misalnya, bahan kimia yang mengandung racun biasanya digunakan untuk mewarnai pakaian, mencetak gambar, dan menyelesaikan produk.

Salah satu bahan yang umum digunakan dalam pembuatan pakaian adalah *polyester*. *Polyester* terbuat dari plastik, dan plastik terbuat dari minyak bumi. Sayangnya, mencuci kain poliester melepaskan serat mikro yang dapat meningkatkan kadar plastik di laut. Microfiber yang sulit terurai berdampak buruk bagi organisme hidup. Makhluk kecil seperti plankton memakan serat mikro ini, membentuk rantai makanan yang sampai ke manusia.

Sebagai studi kasus, mari kita lihat Sungai Citarum di Jawa Barat. Selama bertahun-tahun, sungai tersebut digunakan sebagai tempat pembuangan bahan kimia oleh pabrik tekstil terdekat. *Greenpeace* menganalisis air tersebut dan menemukan bahwa air tersebut terkontaminasi timbal, merkuri, arsenik, dan nonilfenol, pewarna yang mengganggu endokrin yang dilarang di Uni Eropa karena dampaknya terhadap lingkungan. Dan ini bukanlah kasus khusus. Setiap tahun, lebih dari 5 triliun galon air tawar terkontaminasi oleh limbah tekstil dan dibuang tanpa diolah ke sungai dan pada akhirnya mencemari lautan.

Selain itu, industri *fashion* juga merupakan penyumbang emisi terbesar di dunia. Hal tersebut dibuktikan dari data *Energy Institute* yang mencatat bahwa Indonesia menjadi negara keenam sebagai negara penghasil emisi karbon dengan 691,97 juta ton CO₂ pada 2022. Fakta lain juga menyebutkan bahwa industri *fast fashion* menyumbang emisi lebih banyak dibandingkan dengan industri aviasi atau penerbangan (Eyskoot, 2018).

Terkait proses produksinya, industri *fast fashion* juga membutuhkan bahan baku. Dengan konsep *fast fashion* trend ditambah dengan strategi *quick response*, bahan baku yang digunakan juga harus disesuaikan. Penggunaan bahan sintesis menjadi pilihan perusahaan *fast fashion* karena biaya yang murah, proses produksi yang tidak memakan banyak waktu dan dapat diproduksi dalam jumlah banyak. Pada tahun 2021, industri pakaian telah memproduksi serat pakaian sebanyak 113 juta ton dimana 61 juta ton diantaranya adalah serat *polyester*. *Polyester* merupakan bahan baku tekstil yang berasal dari senyawa kimia seperti *ethylene glycol* dan asam tereftalat yang dicampur dengan *polyethylene terephthalate* atau yang kerap disebut PET yang berbahan dasar *petroleum* atau minyak bumi. Sehingga dapat diartikan *polyester* merupakan *non-biodegradable raw materials* atau yang berarti bahan baku tidak

dapat terurai secara hayati yang tentu saja akan berdampak pada lingkungan hidup (Putri, 2021).

Selain *Polyester*, produk *fast fashion* juga identik dengan kapas sebagai bahan bakunya. Ada dua cara untuk mengklasifikasikan penggunaan kapas sebagai bahan tekstil, yaitu kapas organik dan kapas anorganik. Perbedaan mendasar dari kedua jenis kapas ini terletak pada penggunaan pestisida dan bahan kimia dalam proses penanamannya. Untuk menghasilkan kapas anorganik, tanaman kapas menerima pestisida atau senyawa kimia yang digunakan untuk mengusir hama atau organisme perusak tanaman. Sekilas, budidaya dengan pestisida tampak menguntungkan, namun kenyataannya penggunaannya memiliki banyak efek samping, terutama dalam produksi kapas anorganik. Penggunaan bahan baku sintetik seperti kapas anorganik dan poliester tentunya berdampak pada lingkungan, terutama menyumbang emisi karbon. Namun, pemilihan kapas organik sebagai bahan baku produk fesyen juga tidak terlepas dari banyaknya air yang digunakan untuk mengawetkannya.

Menggunakan bahan baku sintetik saja tidak cukup, industri *fast fashion* juga menggunakan bahan kimia di lebih dari separuh proses produksinya. Dimulai dari proses pemintalan dan penenunan yang membutuhkan pelumas atau akselerator untuk mesin produksinya. Kemudian, penggunaan senyawa kimia dalam proses pembuatannya berupa deterjen cair, surfaktan, pelembut kain, pewarna dan lainnya. (Niinimäki et al., 2020). Penggunaan bahan kimia berbahaya ini pasti menimbulkan reaksi berbahaya baik bagi pengguna maupun lingkungan. Hal inilah yang menyebabkan industri *fast fashion* mencemari air, karena limbah yang dihasilkannya mengandung senyawa berbahaya yang terkadang dibiarkan begitu saja dan dibuang dengan aman. Oleh karena itu, tidak heran jika industri *fast fashion* merugikan lingkungan.

Pencemaran Udara

Industri tekstil di Indonesia telah menjadi salah satu penyebab utama pencemaran udara. Sejumlah industri, termasuk industri tekstil, telah dikenai sanksi administrasi oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) karena berkontribusi terhadap peningkatan polusi udara di DKI Jakarta. Selain itu, Indonesia masuk dalam enam negara paling berkontribusi terhadap polusi udara global, dengan rencana gugatan terhadap pemerintah dan industri terkait masalah ini. Dampak pengoperasian industri terhadap kualitas udara juga telah diteliti, menunjukkan bahwa kegiatan industri dan kendaraan bermotor diperkirakan meningkatkan pencemaran udara. Selain itu, asap dari pabrik industri juga menjadi salah satu polusi yang berdampak pada kualitas udara.

Emisi yang dihasilkan industri tekstil dapat berasal dari berbagai sumber, salah satunya berasal dari boiler berbahan bakar batubara. Pada boiler berbahan bakar batubara, jenis yang paling banyak digunakan, proses pembakaran bahan bakarnya menghasilkan zat pencemar berupa gas yang dilepaskan ke atmosfer melalui cerobong asap. Gas-gas yang dilepaskan ke atmosfer seringkali mengandung bahan pencemar berupa partikel (debu) atau gas seperti NO₂, CO, CO₂ dan SO₂. Emisi atmosfer yang dikeluarkan oleh cerobong asap, baik berupa partikel maupun gas, merupakan emisi yang berpotensi mencemari lingkungan. Oleh karena itu, bahan pencemar hasil pembakaran harus diolah terlebih dahulu agar memenuhi Baku Mutu Emisi (EMS) sesuai Peraturan Kementerian Lingkungan Hidup Nomor 07 tahun 2007 Lampiran IV tentang Baku Mutu Emisi Sumber Tidak Bergerak Bagi Ketel Uap sebelum dibuang ke lingkungan.

Akibat utama pencemaran gas sulfur oksida, khususnya SO₂ terhadap manusia adalah terjadinya iritasi pada sistem pernapasan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa iritasi tenggorokan terjadi pada konsentrasi SO₂ sebesar 5 ppm atau lebih. Bahkan pada beberapa individu yang sensitif, iritasi sudah terjadi pada paparan 1-2 ppm saja. Untuk penderita yang mempunyai penyakit kronis pada sistem pernapasan dan kardiovaskular dan lanjut usia gas ini

merupakan polutan yang berbahaya karena dengan paparan yang rendah saja (0,2 ppm) sudah dapat menyebabkan iritasi tenggorokan. Lebih lengkap, pada Tabel 2 dibawah menunjukkan pengaruh SO₂ dalam berbagai kadar terhadap kesehatan manusia. Philip (Kristanto, 2002).

Tabel 2. Pengaruh Gas SO₂ Terhadap Manusia

Kadar (PPM)	Dampak Terhadap Manusia
3 – 5	Jumlah minimum yang dapat di deteksi baunya
8 – 12	Jumlah minimum yang segera mengakibatkan iritasi tenggorokan
20	Jumlah minimum yang mengakibatkan iritasi pada mata, dapat menyebabkan batuk, jumlah maksimum yang diperbolehkan untuk paparan yang lama
50 – 100	Jumlah maksimum yang diperbolehkan untuk paparan yang singkat (+ 30 menit)
400 – 500	Sudah berbahaya walaupun dalam paparan yang singkat

Sumber: Philip Kristanto, Ekologi Industri, 2002

Pemerintah telah melakukan pengawasan terhadap sektor industri dan pembangkit listrik untuk menangani masalah polusi udara. Langkah-langkah penegakan hukum terhadap pihak-pihak yang berkontribusi terhadap peningkatan polusi udara telah disambut baik oleh sejumlah pihak. Namun, masih diperlukan evaluasi berkala terhadap industri di Jabodetabek untuk memantau dan mengendalikan kualitas udara yang semakin memburuk. Sistem informasi pemantauan emisi industri secara kontinyu juga menjadi salah satu upaya dalam mengelola kualitas udara. Dengan demikian, upaya penegakan hukum, evaluasi berkala, dan pemantauan terhadap sektor industri tekstil dan industri lainnya di Indonesia menjadi kunci dalam mengatasi masalah pencemaran udara yang disebabkan oleh kegiatan industri.

Limbah Tekstil

Dengan semakin meluasnya penjualan *fast fashion*, jumlah limbah tekstil di dunia semakin mengkhawatirkan. Pada tahun 2020 sekitar 18,6 juta ton limbah tekstil dibuang ke tempat pembuangan sampah lalu dibuang ke laut. Rata-rata, konsumen juga membuang 60% pakaiannya hanya dalam satu tahun pembelian. Jika situasi ini terus berlanjut, maka pada tahun 2050, sampah tekstil global akan mencapai 300 juta ton, lebih banyak dibandingkan sampah plastik. Ini jelas bukan masa depan yang ideal bagi kita dan bumi ini.

Sebuah studi yang dilakukan oleh YouGov menemukan bahwa 66% orang dewasa di Indonesia membuang setidaknya satu potong pakaian dan 25% membuang lebih dari 10 potong pakaian setiap tahunnya. Belum lagi 41% generasi milenial Indonesia merupakan konsumen terbesar produk *fast fashion*. Tidak mengherankan jika pada tahun 2018 komunitas Zero Waste Indonesia menemukan bahwa jumlah sampah tekstil di perairan Indonesia lebih banyak dibandingkan sampah plastik, yakni mencapai 80% dari total sampah yang dikumpulkan. Majalah *National Geographic*, Maret 2020: *The End of The Recycle* juga mencatat, dari 57% sampah di Jakarta, sekitar 8,2% merupakan sampah tekstil.

Limbah tekstil di Indonesia tentunya tidak hanya berasal dari konsumen tetapi juga dari produsen. Sebagai salah satu industri terbesar di negeri ini, fesyen menyumbang emisi dan pencemaran air terbesar kedua dalam produksinya, setelah industri minyak. Nexus3Foundation adalah sebuah organisasi masyarakat yang bergerak untuk melindungi kesehatan lingkungan dari dampak pembangunan menuju pembangunan berkelanjutan bahkan mencatat terdapat 1.000 pabrik garmen yang membuang berbagai bahan kimia beracun hasil proses produksinya ke Sungai Citarum.

Kerusakan lingkungan pada industri *fast fashion* belum berakhir, karena masih banyak permasalahan di luar produksi *fast fashion*. Permasalahan yang diangkat adalah limbah tekstil yang memiliki dua jenis yaitu pre-consumer dan post-consumer (Niinimäki et al., 2020). Kategori pra konsumen adalah limbah tekstil pasca produksi yang belum sampai ke tangan konsumen. Limbah tekstil pra-konsumen ini juga biasa disebut sebagai limbah tekstil pasca

industri, yang meliputi limbah pemotongan, pembuangan pakaian berkualitas di bawah standar atau biasa disebut dengan kualitas dibuang, hingga kelebihan kain (Sinha et al., 2020). Data Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (SIPSN KLHK) pada tahun 2021, Indonesia menghasilkan 2,3 juta ton limbah tekstil atau setara dengan 12% dari limbah rumah tangga (Tristania. et. all, 2022). Limbah dari bahan mentah dan tahap pembuatan, yaitu limbah pra-produksi, terdiri dari sekitar 25-47% limbah. Limbah pasca produksi adalah deadstock dari atau tumpukan barang yang tidak terjual dari segmen ritel. Dalam beberapa tahun terakhir, telah terjadi peningkatan besar-besaran dalam limbah pasca produksi karena jangka waktu produksi koleksi baru yang lebih pendek setiap beberapa minggu untuk meningkatkan dan menyesuaikan permintaan pelanggan dengan harga lebih rendah.

Limbah tekstil pasca konsumsi yang biasa disebut limbah rumah tangga ini terdiri dari pakaian, barang-barang rumah tangga, atau apapun yang terbuat dari tekstil yang dibuang oleh konsumen. Sampah pasca konsumen juga termasuk sampah yang dihasilkan dari sumber selain rumah tangga. Limbah dari hotel dan perusahaan komersial seperti restoran juga dianggap sebagai limbah tekstil pasca-konsumen. Sampah tersebut berupa sprei, taplak meja, gordena dan lain-lain. Pakaian dan benda tersebut kebanyakan ditolak setelah dipakai, karena sudah rusak, ketinggalan zaman atau bahkan usang.

Limbah padat industri *fast fashion* merupakan masalah serius yang perlu segera ditangani. Industri *fast fashion* di Indonesia telah tumbuh pesat seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen akan pakaian dengan siklus produksi yang cepat dan harga yang terjangkau. Pertumbuhan ini telah menyebabkan peningkatan produksi pakaian, yang pada gilirannya meningkatkan jumlah limbah padat yang dihasilkan oleh industri ini.

Limbah padat industri *fast fashion* dapat mencakup limbah tekstil, limbah kimia, dan limbah plastik, yang semuanya memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap lingkungan. Limbah padat ini dapat mencemari air dan tanah, serta menyebabkan kerusakan ekosistem dan kesehatan manusia. Limbah padat industri *fast fashion* di Indonesia merupakan masalah yang memerlukan perhatian serius dari berbagai pihak. Dengan tindakan yang tepat, kita dapat bergerak menuju industri *fashion* yang lebih berkelanjutan dan ramah lingkungan.

Limbah cair dari industri *fast fashion* merupakan salah satu masalah lingkungan yang perlu mendapat perhatian serius. Limbah cair dari industri *fast fashion* mengandung zat pewarna, bahan kimia, dan limbah organik yang dapat mencemari sumber air. Limbah ini dapat merusak ekosistem air, memengaruhi kehidupan akuatik, dan mengancam kesehatan manusia. Selain itu, limbah cair juga dapat menyebabkan eutrofikasi, yaitu peningkatan nutrisi di perairan yang dapat mengakibatkan pertumbuhan alga berlebihan dan menurunkan kadar oksigen di air, minyak dan zat pewarna yang mengambang di permukaan air dapat menghalangi menembusnya sinar matahari ke dalam air sehingga mengganggu keseimbangan ekosistem perairan. Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan regulasi terkait pengelolaan limbah cair industri, termasuk bagi perusahaan *fast fashion*. Namun, implementasi dan penegakan regulasi ini masih menjadi tantangan, terutama di tengah pertumbuhan industri yang cepat.

D. KESIMPULAN

Munculnya fenomena *fast fashion* disebabkan karena tren berubah dengan sangat cepat dan permintaan masyarakat terhadap model *fashion* terkini dengan harga terjangkau semakin meningkat. Terkadang muncul tren *fashion* yang merugikan lingkungan. Selama produksinya, industri fesyen terus mengeluarkan limbah, termasuk bahan kimia berbahaya, dan membuangnya ke laut. Tidak hanya berbahaya bagi makhluk hidup, bahan kimia dari produksi produk fesyen juga mencemari lautan. Produk fesyen yang sudah tidak diminati lagi kemudian dibuang dan menjadi sampah yang sangat sulit didaur ulang.

Fast fashion tentunya sudah menjadi populer dikalangan masyarakat, khususnya anak muda. Anda akan terus mengeluarkan uang untuk menyesuaikan gaya anda dengan tren yang berkembang. Mereka tidak memikirkan dampak negatifnya, generasi muda hanya memikirkan kebahagiaannya sendiri, padahal kebahagiaan membeli produk *fast fashion* hanya bersifat sementara. Bahkan dampak yang ditimbulkan lebih besar lagi, seperti munculnya budaya konsumtif. Anak muda Kota Medan tentunya belum menyadari betapa berbahayanya budaya konsumerisme yang sudah mendarah daging di benak anak muda. Mereka akan terus mengeluarkan uang untuk membeli barang-barang *fast fashion* berdasarkan keinginannya, bukan kebutuhannya. Generasi muda perlu menyadari pentingnya berpikir sebelum mengambil tindakan membeli barang yang tidak diperlukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, T. D., & Wicaksono, S. (2022). *Limbah Tekstil, Dari Proses Pembuatan Hingga Pasca Pakai*. Diakses dari: <https://validnews.id/kultura/limbah-tekstil-dari-proses-pembuatan-hingga-pasca-pakai>
- Barnard, M. (1996). *Fashion as Communication*. London: Routledge.
- Erlina, R. (2015). *Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Keterlibatan Fashion Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Mahasiswa Strata 1 Digital Repository Universitas Jember*. Diakses dari: <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/66351>
- Eyskoot, M. (2018). *This is a Good Guide: For a Sustainable Lifestyle*. BIS Publishers.
- Ihza, Y. (2013). *Bujuk Rayu Konsumerisme*. Depok: Linea Pustaka.
- Kristanto, P. (2002). *Ekologi Industri*. Yogyakarta: ANDI.
- Leman, F. M., Soelityowati, J. P., & Purnomo, J. (2020). Dampak Fast Fashion Terhadap Lingkungan. In *Seminar Nasional Envisi*.
- Midiani, T. D., et al. (2015). *Rencana Pengembangan Industri Mode Nasional 2015-2019*. Jakarta: Republik Solusi.
- Muhamad, D. V. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Terhadap Merek Fast Fashion di Indonesia*. Diakses dari: <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/13483>
- Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T., & Gwilt, A. (2020). The Environmental Price of Fast Fashion. *Nature Reviews Earth & Environment*, 1(4), 189-200.
- Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor 07 Tahun 2007 Tentang Baku Mutu Emisi Sumber Tidak Bergerak Bagi Ketel Uap.
- Putri, C. N. (2021). *Tak Hanya Merusak Lingkungan, Serat Kain Sintetis Juga Berdampak Buruk bagi Kesehatan*. Diakses dari: <https://www.kompas.com/parapuan/read/532792339/tak-hanya-merusaklingkungan-serat-kain-sintetis-juga-berdampak-buruk-bagi-kesehatan>
- Shafie, S., Kamis, A., & Firdaus, M. (2021). *Fashion Sustainability: Benefits of Using Sustainable Practices in Producing Sustainable Fashion Designs*. *International Business Education Journal*, 14(1), 103–111
- Shinta. (2018). Pengaruh Pendidikan Mahasiswa Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah UIN Antasari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam). (*Skripsi, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin*).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zahrawati, F., & Faraz, N. J. (2017). Pengaruh kultur sekolah, konsep diri, dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa. *Harmoni Sosial: Jurnal Pendidikan IPS*, 4(2), 131–141