

SUSTAINABLE FASHION: FENOMENA FAST FASHION DAN GAYA HIDUP HALAL

Rizqina Khuriyawati¹

¹ UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

*Corresponding email: rizqinakhuriya@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini mengeksplorasi keterkaitan antara fashion berkelanjutan, fenomena fast fashion, dan prinsip gaya hidup halal. Industri fast fashion, yang ditandai dengan siklus produksi dan konsumsi yang cepat, memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap lingkungan, termasuk kontribusi pada pencemaran dan limbah. Sebaliknya, fashion berkelanjutan menekankan praktik etis, kualitas, dan tanggung jawab lingkungan. Studi ini menelaah bagaimana fashion halal berkelanjutan dapat menjadi alternatif yang layak terhadap fast fashion dengan mengintegrasikan nilai-nilai Islam bersama praktik berkelanjutan. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini menganalisis literatur dan data yang ada untuk mengidentifikasi strategi dalam mempromosikan fashion halal berkelanjutan dalam konteks tren slow fashion. Temuan menunjukkan bahwa fashion halal berkelanjutan tidak hanya menjawab masalah lingkungan, tetapi juga sejalan dengan prinsip konsumsi etis yang dijunjung dalam ajaran Islam. Dengan menumbuhkan kesadaran dan mendorong konsumsi yang bertanggung jawab, penelitian ini menyoroti potensi fashion halal berkelanjutan untuk membentuk ulang perilaku konsumen serta memberikan kontribusi positif bagi lingkungan maupun masyarakat. Pada akhirnya, penelitian ini mendorong adanya upaya kolaboratif di antara para pemangku kepentingan dalam industri fashion untuk mengadopsi praktik berkelanjutan yang menghormati integritas ekologi sekaligus nilai-nilai budaya.

Kata kunci: fashion berkelanjutan, fast fashion, gaya hidup halal, fashion halal.

Abstract: This research explores the intersection of sustainable fashion, the phenomenon of fast fashion, and halal lifestyle principles. The fast fashion industry, characterized by rapid production and consumption cycles, has significant negative impacts on the environment, contributing to pollution and waste. In contrast, sustainable fashion emphasizes ethical practices, quality, and environmental responsibility. This study examines how sustainable halal fashion can serve as a viable alternative to fast fashion by integrating Islamic values with sustainable practices. Utilizing a qualitative approach, this research analyzes existing literature and data to identify strategies that promote sustainable halal fashion within the broader context of slow fashion trends. The findings suggest that sustainable halal fashion not only addresses environmental concerns but also aligns with the ethical consumption principles valued in Islamic teachings. By fostering awareness and encouraging responsible consumption, this research highlights the potential for sustainable halal fashion to reshape consumer behavior and contribute positively to both the environment and society. Ultimately, this study advocates for a collaborative effort among stakeholders in the fashion industry to embrace sustainable practices that honor both ecological integrity and cultural values.

Keywords: sustainable fashion, fast fashion, halal lifestyle, halal fashion

PENDAHULUAN

Fenomena *fast fashion* telah mengubah cara konsumen berinteraksi dengan mode, dengan proses produksi yang cepat sehingga gaya pakaian baru tersedia bagi konsumen setiap minggunya. Hal tersebut menyebabkan budaya pembelian impulsif, perkembangan teknologi masa kini menjadi sarana bagi para konsumen fast fashion dengan mudah memenuhi keinginannya. Fenomena ini menonjol khususnya di kalangan konsumen wanita muda yang kurang menyadari dampak sosial dari konsumsi mode mereka (McNeill & Moore, 2015). Dampak sosial yang disebabkan oleh industri fast fashion diantaranya, aksesibilitas mode, peluang ekonomi, peningkatan kreativitas, dan lain sebagainya. Industri fast fashion ini memungkinkan konsumen dengan pendapatan rendah untuk mengakses pakaian yang modis dan sesuai tren. Terciptanya lapangan kerja di berbagai sektor, termasuk produksi, penjualan, dan pemasaran merupakan salah satu dampak social industri *fast fashion*. Hal ini membantu pertumbuhan ekonomi lokal serta peluang bagi desainer muda untuk mengembangkan karirnya (<https://bpkpenabur.or.id>, t.t.). Fenomena ini dikatakan dapat mendorong perilaku konsumsi yang berlebihan. Konsumen merasa perlu membeli pakaian baru secara terus-

menerus untuk mengikuti tren. Hal ini yang nantinya memperburuk masalah limbah tekstil, diperkirakan terdapat 92 juta ton limbah tekstil yang dihasilkan setiap tahunnya, banyak di antaranya yang berakhir di tempat pembuangan sampah. Penggunaan bahan sintesis dalam industri ini juga menyebabkan pencemaran mikroplastik di lautan (Saba, 2020). Dampak sosial negatif inilah yang perlu diperhatikan oleh konsumen dan masyarakat luas. Para pekerja industri fast fashion, terutama wanita muda, menghadapi kondisi kerja yang buruk dan upah yang tidak layak. Di Bangladesh upah per bulannya sekitar \$96, dimana nominal tersebut jauh dibawah kebutuhan untuk hidup yang layak. Kemudian pabrik yang digunakan untuk produksi pakaian-pakaian tersebut tidak memenuhi standar keselamatan, yang dapat mengakibatkan risiko cedera fisik serta masalah kesehatan karena terpapar bahan kimia yang berbahaya (Center for Biological Diversity, t.t.).

Konsumsi Masyarakat modern tidak cukup hanya sandang, pangan, dan papan, namun juga kebutuhan untuk memenuhi pergaulan sosial dengan manusia lainnya. Perkembangan teknologi juga menjadi pengaruh yang besar bagi masyarakat modern dalam mengkonsumsi sesuatu (Sitorus & Faujiah, 2023). Aplikasi belanja *online* menjadi sumber perilaku konsumtif masyarakat modern, mudahnya jangkauan serta penawaran harga yang lebih murah dibandingkan dengan harga barang yang dijual di toko menyebabkan banyak penggemar aplikasi belanja *online*. Perilaku konsumtif adalah aktivitas membeli yang dilakukan tanpa pertimbangan rasional, Dimana individu lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Sejalan dengan pandangan para ahli yang menyatakan bahwa perilaku ini ditandai dengan pembelian barang-barang yang tidak diperlukan dan berlebihan yang dapat dipicu oleh faktor emosional atau sosial (Mujahidah, t.t.). Dalam konteks fast fashion, barang-barang yang dikonsumsi tidak hanya berfungsi sebagai sesuatu yang bermanfaat saja tetapi juga sebagai simbol yang menciptakan identitas dan status sosial (Bakti dkk., 2019). Nilai suatu barang menjadi tidak lagi hanya pada kegunaannya tetapi juga pada nilai tanda yang melekat pada barang tersebut. Masyarakat modern cenderung mengukur keberhasilan dengan memiliki barang-barang baru sehingga menciptakan kegiatan konsumeris yang kemudian menjadi gaya hidup dan siklus kebutuhan yang tidak terpuaskan. Hal ini juga mencakup pergeseran dari kebutuhan menjadi keinginan, dimana sekarang segala sesuatu yang baru di promosikan dengan cara sedemikian rupa untuk menarik pelanggan meskipun sebenarnya barang tersebut tidak penting untuk dimiliki.

Fenomena fast fashion memiliki kaitan yang sangat erat dengan konsumsi berkelanjutan, terutama dalam konteks dampak lingkungan yang ditimbulkan oleh industri fast fashion. Fast fashion merujuk pada model bisnis yang menghasilkan pakaian murah dan cepat, mengikuti tren terkini, sehingga mendorong konsumen untuk membeli banyak pakaian dengan frekuensi tinggi. Industri fast fashion menyumbang 10% dari total emisi karbon global, salah satu penyumbang terbesar setelah industri minyak (Blogger, 2024). Proses produksinya yang cepat dan intensif energi menghasilkan emisi gas rumah kaca yang signifikan, setiap tahunnya sekitar 150 miliar item pakaian diproduksi dan banyak di antaranya dibuang setelah beberapa kali pemakaian. Selain itu juga industri fast fashion berkontribusi pada penumpukan limbah tekstil yang sulit didaur ulang. Limbah fashion yang berhasil didaur ulang hanya sekitar 12% secara global, selain itu sisanya berakhir di tempat pembuangan sampah atau dibakar (zerowaste.id, 2020). Pakaian yang dihasilkan oleh industri fast fashion terbuat dari campuran serat alami dan sintesis, yang membuat proses daur ulang menjadi rumit dan tidak efisien.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka *sustainable consumption* menawarkan alternatif untuk menghadapi dampak negative dari industri fast fashion. Sustainable consumption atau konsumsi berkelanjutan adalah konsep yang merujuk pada penggunaan barang dan jasa dengan cara meminimalkan dampak negative pada lingkungan. Menurut United Nations Commission on Sustainable Development (UNCSD) 1994, produksi dan konsumsi

berkelanjutan merupakan penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dasar dan menjadikan kualitas hidup yang lebih baik dengan meminimalisasi penggunaan sumber daya alam, bahan beracun, serta emisi dari pembuangan dan pencemaran dalam siklus hidupnya, sehingga tidak membahayakan kebutuhan generasi yang akan datang (Sustainable Waste Indonesia, 2024). Adanya gerakan konsumsi berkelanjutan ini mendorong individu dan masyarakat untuk mengadopsi gaya hidup yang lebih berkelanjutan, seperti mengurangi konsumsi barang sekali pakai, memilih produk lokal, dan mendaur ulang (Green Info, 2021). Pola konsumsi yang diterapkan saat ini masih bermasalah. Saat ini kita mengkonsumsi dan mengeksploitasi sumber daya hingga melampaui batas. Polusi serta sampah semakin menumpuk, kesenjangan antara si kaya dan si miskin semakin melebar. Hal ini juga menjadi peluang bisnis bagi sebagian masyarakat untuk menyediakan produk yang lebih ramah lingkungan dan mendorong praktik konsumsi yang baik.

Penelitian ini dibatasi dengan rumusan masalah tentang bagaimana penerapan prinsip-prinsip sustainable fashion dapat meminimalisasi dampak negative dari fast fashion serta mendukung gaya hidup halal, serta bagaimana hubungan antara gaya hidup halal dengan praktik sustainable consumption dalam konteks industri fashion. Urgensi dari penelitian ini adalah untuk mengkaji penerapan prinsip sustainable fashion untuk meminimalisasi dampak negative yang dihasilkan oleh industri fashion, serta prinsip berkelanjutan dapat dipadukan dengan nilai-nilai halal sehingga tercipta produk fashion yang ramah lingkungan dan sesuai norma agama. Selain itu belum banyak penelitian yang secara komprehensif menghubungkan sustainable fashion dengan gaya hidup halal, secara khusus dalam konteks minimasi dampak *fast fashion*. Penelitian ini akan berkontribusi pada model penerapan prinsip sustainable fashion, mendorong perubahan praktik produksi dan konsumsi, serta kontribusi pada literasi dan pengembangan keilmuan. Sehingga diharapkan mampu menghasilkan pemikiran dan sudut pandang baru mengenai sinergi antara prinsip-prinsip sustainable fashion dan nilai-nilai gaya hidup halal dalam menciptakan industry fashion yang tidak hanya ramah lingkungan tetapi juga etis dan sesuai dengan norma agama. Penelitian ini juga diharapkan membuka wawasan tentang bagaimana para pelaku industry dan konsumen dapat berperan aktif dalam transisi menuju fashion yang bertanggung jawab, sekaligus memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan ekonomi berbasis keberlanjutan dan kehalalan.

LANDASAN TEORI

Konsumsi berkelanjutan atau sustainable consumption merupakan istilah umum yang menyatukan beberapa isu utama, seperti peningkatan efisiensi, minimalisasi limbah, peningkatan kualitas hidup, dan memenuhi kebutuhan. Beberapa negara mempromosikan konsumsi berkelanjutan melalui kampanye komunikasi publik. Pada tahun sebelumnya, kampanye ini digunakan untuk mempromosikan pembelian yang ramah lingkungan. Namun kampanye ini tidak efektif dalam mempromosikan pola konsumsi atau gaya hidup yang lebih berkelanjutan (Vadym & Anna, t.t.). Prinsip dari pada konsumsi berkelanjutan yaitu untuk meminimalkan akumulasi sumber daya alam dan sumber daya lainnya, untuk mengurangi jumlah sampah, untuk menggunakan sumber daya terbarukan, untuk memperkenalkan produk dengan siklus hidup yang lebih besar, serta untuk berbagi pengalaman dengan generasi mendatang. Konsep mode berkelanjutan mencakup berbagai istilah seperti: organik, hijau, perdagangan yang adil, berkelanjutan, lambat, ramah lingkungan, dan lain sebagainya. Istilah-istilah tersebut digunakan secara bergantian dan tujuan yang berbeda-beda. Joergens (2006) mendefinisikan ‘mode etis’ sebagai pakaian modis yang menggabungkan prinsip-prinsip perdagangan yang adil dengan kondisi kerja yang bebas dari kerja paksa tanpa merugikan lingkungan atau pekerjanya. Cervellon dan Wernerfelt (2012) menggunakan ‘mode hijau’ untuk merujuk pada serangkaian isu yang hampir sama. Banyak hambatan yang dihadapi dalam pertumbuhan mode berkelanjutan ini, konsumen memiliki pilihan yang

terbatas pada pakaian mode berkelanjutan, harganya yang tidak sebanding dengan produk fast fashion yang banyak tersedia bagi mereka. Beberapa konsumen juga menganggap penampilan dan gaya mode berkelanjutan tidak menarik dan tidak sesuai dengan kebutuhan pakaian mereka (Lundblad & Davies, 2016).

Perilaku konsumsi di berbagai kategori produk dipengaruhi oleh keinginan manusia untuk mengekspresikan diri dan menciptakan identitas. Dalam konteks mode, pakaian digunakan untuk memancarkan makna tentang pemakainya kepada orang lain dan juga untuk memperkuat rasa percaya diri. Pentingnya konstruksi identitas bagi banyak konsumen menjadi dorongan untuk selalu tampil modis daripada etis atau berkelanjutan. Birtwistle dan Moore (2007) dalam penelitiannya yang berfokus pada pembuangan barang-barang mode, menegaskan bahwa fenomena ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan tentang dampak negatif industri mode terhadap lingkungan. Beberapa faktor yang menentukan perilaku pembelian meliputi harga, nilai, tren, dan citra merk (McNeill & Moore, 2015). Tujuan strategis dari pembangunan berkelanjutan adalah untuk mengurangi sampah dengan mempromosikan pola konsumsi yang tepat dan mengembangkan kesadaran lingkungan masyarakat. Konsumsi yang berlebihan menciptakan jejak ekologis konsumsi yang relatif tinggi di Polandia. Dalam mendukung perubahan perilaku konsumsi, kesadaran ekologis Masyarakat Polandia semakin meningkat. Mereka menyatakan bahwa mereka memperhatikan asal-usul produk secara ekologis dan menyatakan kesiapan mereka untuk mengubah kebiasaan belanja mereka dengan mempertimbangkan ‘konsumsi berkelanjutan’ (Bylok, 2021). Dampak buruk yang disebabkan oleh *multinational corporation* terjadi di negara-negara berkembang seperti India dan Bangladesh. Perusahaan fast fashion mendirikan pabriknya di negara-negara berkembang untuk meminimalisir biaya bahan baku dan operasional. Kebijakan hukum negara yang lemah menyebabkan terjadinya eksploitasi pekerja, berupa upah yang tidak layak dan kondisi kerja yang tidak aman. Solusi yang ditawarkan untuk menghadapi fenomena fast fashion yaitu sustainable lifestyle (Asy’ari & Amalia, t.t.).

Pada masa pandemi covid-19 tahun 2020 industri fashion terdampak secara global, sehingga banyak gerai pakaian yang harus tutup. Semua orang melakukan aktivitasnya di rumah, bahkan anak-anak bersekolah melalui pertemuan online. Kemudian pada akhirnya pemerintah mengumumkan aktivitas di luar ruangan diperbolehkan, namun dengan tetap menerapkan protokol kesehatan yaitu menggunakan masker, mencuci tangan, dan tidak berkerumun. Muncul tatanan baru yang disebut *new normal*, gerai-gerai pakaian mulai bangkit dari masa terpuruk saat pandemi dengan beradaptasi terhadap pola konsumsi Masyarakat pada masa pandemi. Pada masa ini para retailer pakaian mulai melibatkan teknologi digital untuk membantu penjualan mereka (Ramadhan, 2024). Berangkat dari penggunaan aplikasi belanja online, fashion menjadi tolak ukur suksesnya kehidupan seseorang dan menjadi hal yang biasa dikonsumsi oleh Masyarakat. Menurut Engel, Blackwell, dan Minard faktor-faktor yang mempengaruhi pembetulan perilaku konsumtif adalah kebudayaan, kelas, kelompok referensi, situasi, keluarga, kepribadian, konsep diri, motivasi, pengalaman belajar, dan gaya hidup. Praktik konsumsi yang dilakukan manusia sudah terjadi sejak mereka lahir ke dunia ini, yaitu bayi yang lahir memakai pakaian dan perlengkapan lainnya untuk mendukung tumbuh kembangnya. Seiring berkembangnya zaman perubahan-perubahan selalu terjadi. Era modern telah merubah perilaku masyarakat yang awalnya dengan sikap tradisionalnya menjadi keluar dari sikap-sikap tersebut. Modernisasi memiliki kaitan yang erat dengan perilaku konsumtif masyarakat yang ingin terlihat ‘modern’. Dikatakan dalam Islam segala yang dilakukan oleh umat manusia diatur dan dimanfaatkan atas dasar kesejahteraan, bukan berlebihan walaupun memiliki pendapatan yang banyak. Konsep konsumsi yang diajarkan dalam Islam adalah membatasi nafsu atau keinginan dan menyesuaikan dengan kebutuhan saja. Islam tidak melarang manusia untuk

memenuhi kebutuhan dan keinginannya selama hal tersebut tidak mendatangkan kemudharatan (Rohayedi & Maulina, 2020).

Berdasarkan literature review tersebut, penelitian ini menitik beratkan pada analisis perilaku konsumsi berkelanjutan dalam konteks mode. Dengan focus pada tantangan dan faktor yang mempengaruhi adopsi mode berkelanjutan serta dampaknya terhadap lingkungan dan masyarakat. Penelitian ini memiliki posisi di persimpangan antara studi perilaku konsumen, kesadaran ekologis, dan implikasi sosial-ekonomi dari industri mode, khususnya dalam menghadapi fenomena fast fashion dan modernisasi konsumsi. Penelitian ini juga mempertimbangkan nilai-nilai etis dan berkelanjutan, termasuk perspektif Islam tentang konsumsi yang seimbang, serta adaptasi industri mode terhadap perubahan pola konsumsi masyarakat, seperti yang terjadi selama pandemi covid-19

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Saryono (2010) metode penelitian kualitatif digunakan untuk menyelidiki dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak bisa dijelaskan melalui pendekatan kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan makna di balik perilaku dan interaksi manusia daripada hanya mengumpulkan data numerik, serta memberikan deskripsi yang komprehensif. Sumber data dari penelitian ini adalah individu atau kelompok konsumen, pelaku industry mode, serta analisis dokumen seperti iklan, laporan industry mode, atau media social yang mencerminkan tren konsumsi. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, mengamati fenomena dalam konteks alami untuk mendapatkan data yang akurat dan dokumentasi yaitu menggunakan catatan, foto, atau rekaman sebagai sumber data tambahan. Adapun metode analisis data adalah analisis tematik atau analisis isi kualitatif. Metode ini melibatkan pengidentifikasian, pengkodean, dan pengelompokan tema-tema utama yang muncul dari data yang dikumpulkan melalui observasi dan dokumentasi. Analisis tematik memungkinkan peneliti untuk menggali makna mendalam dari perilaku konsumen, seperti motivasi, hambatan, atau persepsi terhadap mode berkelanjutan, serta menghubungkannya dengan konteks social, budaya, dan lingkungan. Hasil penelitian disajikan dalam bentuk narasi atau deskripsi yang kaya akan detail sehingga memberikan Gambaran yang jelas tentang fenomena yang diteliti

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam dunia bisnis yang semakin sadar akan keberlanjutan, ide tentang mode berkelanjutan menjadi sangat diminati, terutama bagi korporasi dan professional yang ingin menghasilkan uang sambil melakukan hal-hal yang baik untuk lingkungan dan masyarakat. Industri fashion merupakan salah satu penyumbang terbesar eksploitasi tenaga kerja dan polusi lingkungan. Melalui inovasi dan kebijakan yang lebih bertanggung jawab, konsep sustainable fashion berusaha untuk mengurangi efek negatif tersebut.

Sustainable fashion

Sustainable fashion adalah konsep yang mengacu pada desain, produksi, distribusi, dan konsumsi pakaian yang mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat. Konsep ini mencakup penggunaan bahan-bahan yang ramah lingkungan serta proses produksi yang etis, transparan, dan bertanggung jawab. Penerapan prinsip sustainable fashion dapat diterapkan melalui pemilihan bahan yang ramah lingkungan, seperti kapas organik dan serat daur ulang yang dapat mengurangi dampak pada lingkungan. Penggunaan bahan-bahan ini lebih mudah terurai dan tidak memerlukan pestisida atau bahan kimia berbahaya dalam proses produksinya. Kemudian memilih desain yang berkelanjutan atau *timeless* dan

berkualitas tinggi, hal ini membantu memperpanjang masa pakai produk serta mengurangi kebutuhan akan produksi baru dan mengurangi limbah. Pakaian atau produk fashion apapun yang kita konsumsi setidaknya dapat kita gunakan minimal 300 kali, oleh karena itu sebagai konsumen harus bijak dan berpikir kritis sebelum membeli sesuatu. Pentingnya memilih produk yang berkualitas tinggi dan merawatnya dengan baik agar mengurangi konsumsi berlebihan. Melakukan daur ulang atau *thrifting*, yaitu membeli atau menjual pakaian bekas dengan tujuan memperpanjang siklus hidup produk fashion. Hal ini juga membantu mengurangi jumlah limbah yang dihasilkan oleh fast fashion. Sesuatu yang tidak boleh dilewatkan dalam menerapkan konsep *sustainable consumption* ataupun *sustainable fashion* adalah etika dalam produksi, yaitu memastikan bahwa proses produksi dilakukan secara etis. Perusahaan memperhatikan hak-hak pekerja serta kondisi kerja yang aman, sehingga menciptakan lapangan kerja yang lebih baik di industry fashion.

Konsep *ethical fashion* atau pakaian yang etis didefinisikan pada masalah kerusakan lingkungan dan kondisi tidak adil bagi para pekerja di dalamnya. *Ethical fashion* merupakan gerakan penting dalam industri mode modern yang bertujuan untuk menciptakan sistem produksi yang lebih adil dan berkelanjutan. Dengan menekankan pada etika lingkungan dan kemanusiaan, *ethical fashion* tidak hanya berupaya mengurangi dampak negatif dari fast fashion tetapi juga membangun kesadaran akan pentingnya tanggung jawab sosial di antara konsumen dan produsen. Dalam proses produksi *sustainable fashion* memang menghabiskan lebih banyak biaya karena menggunakan bahan yang lebih berkualitas dan aman bagi lingkungan. Namun, konsumen dapat lebih menghemat biaya dengan tidak membeli pakaian secara berkala karena kualitasnya tetap bagus. Selain itu produk *sustainable fashion* juga memberikan kenyamanan pada konsumen karena penggunaan bahan yang bagus akan memberikan rasa nyaman dan kebahagiaan bagi para pemakainya (Endrayana & Retnasari, t.t.).

Dampak negatif fast fashion

Fast fashion ditandai dengan produksi massal pakaian murah yang cepat, menggunakan bahan dengan kualitas rendah dan siklus pemakaian yang singkat. Tren fast fashion juga memunculkan stereotip bahwa mengulang pakaian yang sama merupakan hal yang memalukan, hal ini menjadi penyebab sifat konsumerisme. Industry fast fashion menghasilkan limbah tekstil yang besar, karena proses produksi yang selalu ikut tren. Kemudian terjadi eksploitasi tenaga kerja dimana para pekerja mendapatkan upah yang rendah dan kondisi serta lingkungan kerja yang kurang layak. Limbah yang dihasilkan oleh industri ini menyebabkan kerusakan lingkungan karena penggunaan bahan kimia yang berbahaya serta pencemaran mikroplastik di lautan. Fast fashion dikatakan sebagai hasil dari sebuah gaya hidup yang buruk, pada abad ke-21 gaya hidup menjadi pemicu terbesar dalam memperburuk perubahan iklim, yaitu mendorong permintaan produksi busana yang sangat besar dalam masyarakat. Beberapa kriteria fast fashion adalah proses produksi yang cepat, jumlah produksi yang besar untuk menekan biaya dan memenuhi permintaan pasar, harga yang terjangkau sehingga mudah dijangkau oleh konsumen, kualitas bahan rendah untuk menekan biaya produksi, dan perputaran koleksi yang cepat yaitu pergantian model baru secara reguler. Banyak masyarakat yang masih awam dengan istilah fast fashion ini, namun sebagian besar tanpa disadari mereka telah mengenal bahkan membeli beberapa merek busana yang tergolong ke dalamnya, contoh beberapa merek tersebut yaitu Shein, Zara, H&M, Uniqlo, dan lain-lain (Asy'ari & Amalia, t.t.). Tidak hanya merek luar negeri saja yang dapat di kategorikan sebagai fast fashion, merek lokal Indonesia juga dapat di kategorikan sebagai fast fashion apabila memiliki kriteria yang sama dengan industri fast fashion. Contoh merek lokal Indonesia yang tergolong fast fashion adalah BerryBenka.

Merek tersebut selalu menampilkan model baru dan mengikuti tren yang ada untuk menarik konsumennya.

Meskipun kenyataannya bahwa fast fashion memiliki isu lingkungan ataupun praktik buruh yang tidak sehat, merek-merek fast fashion tersebut jarang kehilangan pelanggannya. Selain itu sisa-sisa produksi atau barang yang tidak laku dipasaran dan pakaian yang sudah tidak trendi tidak didaur ulang ataupun didonasikan. Mereka membuangnya ke tempat pembuangan sampah, dimana setara dengan satu truk sampah penuh pakaian dibakar atau dibuang setiap detiknya di tempat pembuangan sampah. Terdapat sekitar 15% saja dari banyaknya limbah tekstil yang telah didaur ulang untuk dikonsumsi kembali. Masalah sampah ini diperparah dengan bahan sintetis yang digunakan oleh industri fast fashion tidak dapat terurai secara alami, 60% dari seluruh bahan yang digunakan industri fashion terbuat dari plastik. Kemudian dalam prosesnya seperti pemintalan, penenunan, dan proses lainnya menggunakan bahan kimia yang tidak aman untuk para pekerja bahkan untuk konsumen. Bahan kimia yang digunakan selama proses tersebut juga mengakibatkan pencemaran lingkungan.

Globalisasi menjadi faktor penyebab meningkatnya konsumsi fashion, seperti *smartphone* yang semakin canggih dan aplikasi belanja online yang dibuat oleh perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar. Tujuan dari pembuatan platform ini adalah untuk memudahkan konsumen dalam membeli hanya dengan mengklik layar *smartphone*. Tren mode baru mendorong konsumen merasa wajib mengikuti tren mode agar dianggap modern dan fashionable, hal ini termasuk pengaruh daripada budaya populer dan media massa. Tren FOMO (Fear of Missing Out) memotivasi mereka untuk mengikuti tren terbaru dan membeli produk baru. Globalisasi telah memfasilitasi penyebaran informasi dan tren terkini melalui platform media social seperti Instagram dan Tiktok yang saat ini sedang naik di kalangan anak muda. Harga yang murah membuat konsumen lebih rentan untuk melakukan pembelanjaan berlebihan. Perubahan gaya hidup masyarakat yang mulai berubah dari tradisional menjadi modern, memiliki kaitan erat dengan perilaku konsumtif sehingga masyarakat modern masa kini dikatakan sebagai masyarakat konsumtif. Konsumsi fast fashion tidak hanya berfungsi sebagai sesuatu yang bermanfaat saja tetapi juga sebagai symbol yang menciptakan identitas dan status social (Bakti dkk., 2019). Nilai suatu barang menjadi tidak lagi hanya pada kegunaannya tetapi juga pada nilai tanda yang melekat pada barang tersebut. Masyarakat modern cenderung mengukur keberhasilan dengan memiliki barang-barang baru sehingga menciptakan kegiatan konsumeris menjadi gaya hidup dan siklus kebutuhan yang tidak terpuaskan.

Gaya hidup halal dan kaitannya dengan sustainable fashion

Sebagai seorang muslim sudah semestinya menjalankan kehidupan yang sesuai dengan syariat Islam, yang dapat disebut juga dengan gaya hidup halal. Hal ini mencakup berbagai aspek kehidupan, yaitu pola makan, perilaku, serta pilihan produk yang digunakan (Djalal dkk., t.t.). Gaya hidup halal ini semakin populer di kalangan generasi muda di Indonesia, selain karena mayoritas penduduk di Indonesia adalah muslim, kesadaran masyarakat akan produk halal semakin meningkat. Banyak pelaku usaha yang saat ini berfokus pada produk halal, untuk memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang. Bahkan negara telah mengatur undang-undang tentang jaminan produk halal, yang bertujuan untuk mendukung masyarakat beragama Islam untuk memenuhi ajaran agamanya. Dalam konteks gaya hidup halal, konsumsi fast fashion menunjukkan adanya permintaan produk yang tidak hanya trendy tetapi juga memenuhi syariat Islam. Penerapan sustainable fashion juga sejalan dengan gaya hidup halal, yang menekankan pada keadilan sosial, transparansi, dan tanggung jawab pada lingkungan. Dengan cara memilih produk yang diproduksi secara etis dan ramah lingkungan, selain itu juga tidak berlebihan dalam membeli atau mengkonsumsi sesuatu.

Gaya hidup halal merujuk pada cara hidup yang mengikuti prinsip-prinsip syariah Islam yang mencakup aspek makanan, pakaian, dan perilaku sehari-hari.

Gaya hidup halal dan sustainable consumption memiliki kesamaan nilai, yaitu tanggung jawab terhadap lingkungan dan Masyarakat. Keduanya mendorong konsumen untuk berpikir kritis tentang dampak dari pilihan mereka. Konsumen yang menerapkan gaya hidup halal cenderung memilih fashion yang tidak hanya sesuai syariat Islam tetapi juga yang berkelanjutan. Sebuah survei menunjukkan bahwa banyak konsumen yang bersedia mengubah perilaku mereka untuk mengurangi dampak buruk terhadap lingkungan, termasuk dalam pilihan fashion mereka. Kedua konsep ini saling melengkapi dalam hal pendidikan konsumen. Masyarakat perlu diberi pemahaman tentang konsumsi berkelanjutan sehingga dapat membuat keputusan yang lebih baik dalam konsumsi sehari-hari. Di Indonesia industri fashion halal berkembang pesat, terutama di kalangan konsumen muslim modern yang menginginkan pakaian sesuai syariat namun tetap *stylish*. Kesadaran akan pentingnya produk halal dan ramah lingkungan mendorong banyak desainer untuk mengadopsi praktik sustainable dalam koleksi mereka. Acara seperti Indonesia Fashion Week dan Islamic Fashion Festival menunjukkan komitmen terhadap pengembangan fashion halal yang berkelanjutan (ISEF, 2021).

Islam mengajarkan umatnya untuk menghindari konsumsi pakaian yang berlebihan yang menyebabkan pemborosan melalui prinsip dan praktik yang berlandaskan pada Al-Quran dan Hadis. Sebagai umat muslim, kita diajarkan untuk merasa cukup dengan apa yang dimiliki. Sikap qanaah atau kepuasan membantu individu untuk tidak terus menerus mengejar barang-barang baru yang tidak diperlukan, termasuk pakaian. Membuat daftar belanja berdasarkan kebutuhan dapat membantu menghindari pembelian impulsive, mengutamakan kebutuhan bukan keinginan. Dalam Islam pemborosan dianggap sebagai perilaku yang buruk. Dalam QS. Al-Isra: 27 Allah berfirman bahwa orang-orang yang boros adalah saudara setan. Oleh karena itu penting untuk menggunakan harta dengan bijak dan tidak berlebihan. Perilaku konsumtif Masyarakat saat ini sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang ada. Belajar dari masa-masa pandemi Covid-19 platform belanja online memudahkan mereka untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan hanya dengan mengklik layar smartphone. Saat ini hampir tidak ada seseorang yang tidak memiliki smartphone, platform belanja online ini memicu perilaku konsumtif masyarakat. Selain alasan kemudahan, harga yang murah juga menjadi alasan utama mereka memilih berbelanja melalui platform belanja online.

Berdasarkan data yang diperoleh, sustainable fashion dan gaya hidup halal memiliki peran penting dalam mengatasi dampak negative fast fashion, yang ditandai dengan produksi massal, limbah tekstil berlebihan, eksploitasi tenaga kerja, dan kerusakan lingkungan akibat bahan sintetis serta bahan kimia berbahaya. Sustainable fashion menawarkan solusi melalui penggunaan bahan ramah lingkungan seperti kapas organik dan serat daur ulang, desain timeless berkualitas tinggi, serta praktik produksi yang etis untuk memperpanjang siklus hidup produk dan mengurangi limbah. Ethical fashion, sebagai bagian dari sustainable fashion, menekankan keadilan sosial dan tanggung jawab lingkungan, sejalan dengan prinsip gaya hidup halal yang mendorong konsumsi bijak, menghindari pemborosan, dan memprioritaskan kebutuhan daripada keinginan, sebagaimana diajarkan dalam Islam melalui konsep qanaah dan larangan israf (pemborosan).

Namun, tantangan dalam adopsi sustainable fashion meliputi biaya produksi yang lebih tinggi, keterbatasan pilihan produk, dan persepsi bahwa produk sustainable kurang menarik secara estetika dibandingkan fast fashion. Globalisasi, media sosial, dan platform belanja online turut memicu perilaku konsumtif, didorong oleh tren FOMO dan harga murah, yang memperparah konsumerisme dan dampak lingkungan. Di Indonesia, perkembangan industri fashion halal yang mengintegrasikan nilai syariat dan keberlanjutan menunjukkan potensi

besar, didukung oleh kesadaran konsumen yang meningkat dan acara seperti Indonesia Fashion Week serta Islamic Fashion Festival.

Untuk mendorong konsumsi berkelanjutan, diperlukan pendidikan konsumen yang lebih intensif tentang dampak fast fashion dan manfaat sustainable fashion, serta dukungan kebijakan seperti regulasi produk halal. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai gaya hidup halal dan sustainable consumption, masyarakat dapat membuat keputusan konsumsi yang lebih bertanggung jawab, mengurangi jejak ekologis, dan mendukung keadilan sosial dalam industri mode.

Penerapan prinsip-prinsip sustainable fashion

Fashion merupakan komponen gaya hidup yang mempengaruhi gaya berpakaian dan gaya hidup masyarakat, karena fashion dapat menunjukkan seberapa baik gaya hidup seseorang. Ketika seseorang terlihat modis, reputasinya bisa meningkat. Kemudian tren ini masuk ke dalam pemikiran pelanggan, mengubah perspektif mereka tentang kehidupan. Pada mulanya fast fashion merupakan produk yang dirancang untuk memenuhi dan mengikuti tren di setiap musim, yang muncul pada tahun 1980 sampai 1990 di United Kingdom. Produk fast fashion ini kemudian berkembang dengan pesat seiring berjalannya waktu dan mulai bergeser tujuannya. Sedangkan fast fashion yang kita ketahui saat ini adalah pakaian-pakaian dengan harga murah dan kualitas bahan yang seadanya, dan memiliki dampak yang buruk terhadap lingkungan dan sosial. Di Indonesia industri tekstil memegang peran penting dalam laju perekonomian negara. Dengan nilai pasar yang diproyeksikan mencapai US\$ 13,83 milyar pada tahun 2024 dan akan terus meningkat hingga US\$ 18,10 milyar pada tahun 2029, sektor ini menjadi salah satu dari sepuluh produsen garmen terbesar dunia. Namun dibalik kontribusinya yang besar terhadap negara, industri pakaian menyumbang sekitar 2,3 juta ton gas karbon setiap tahunnya dan tanpa intervensi jumlah ini diperkirakan akan meningkat 70% di masa mendatang.

Di sisi lain, sustainable fashion muncul sebagai respons terhadap tantangan yang ditimbulkan oleh fast fashion. Fokus konsep ini adalah pengembangan praktik yang lebih berkelanjutan dalam seluruh siklus hidup pakaian, mulai dari desain hingga pembuangan. Sustainable fashion mendorong penggunaan bahan baku ramah lingkungan, seperti serat organik dan daur ulang, serta proses produksi yang memperhatikan efisiensi energi dan air. Dengan demikian, tujuan sustainable fashion tidak hanya untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan tetapi juga untuk meningkatkan kesejahteraan sosial pekerja di industri fashion. Masyarakat saat ini semakin menyadari akan pentingnya beralih dari fast fashion ke sustainable fashion sebagai bagian dari hidup baru. Ali Charisma selaku National Chairman Indonesian Fashion Chamber (IFC) menekankan bahwa sustainable fashion bukan sekedar tren, tetapi merupakan suatu keharusan untuk mengurangi dampak negatif dari fast fashion (Fimela.com, 2021). Kesadaran akan isu-isu lingkungan semakin meningkat menjadikan banyak desainer dan brand mulai menerapkan prinsip-prinsip sustainable fashion pada koleksi mereka, menawarkan alternatif yang lebih baik bagi konsumen yang peduli terhadap lingkungan dan etika produksi.

Sustainable fashion dan gaya hidup halal

Sustainable fashion sejalan dengan prinsip gaya hidup halal, dimana keduanya menekankan pada kebaikan dan keberlanjutan. Gaya hidup halal tidak hanya mencakup aspek makanan dan minuman tetapi juga meluas ke pilihan mode yang mempertimbangkan aspek etika dan lingkungan. Sustainable fashion juga mencerminkan prinsip *thayyiban* atau kebaikan, yang merupakan bagian integral gaya hidup halal. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen muslim dapat memilih produk fashion yang tidak hanya memenuhi syarat halal tetapi juga berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan.

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan, beberapa diantaranya adalah, konsep sustainable fashion dapat memiliki definisi yang berbeda-beda tergantung pada konteks budaya, ekonomi, dan sosial, kemudian pemahaman gaya hidup halal antara individu dan komunitas tentu bervariasi. Penafsiran mereka terhadap apa yang dianggap ‘halal’ dalam konteks mode bisa berbeda-beda. Masyarakat mungkin menunjukkan resistensi terhadap perubahan kebiasaan konsumsi, terutama jika mereka sudah terbiasa dengan produk-produk fast fashion yang menawarkan harga murah dan aksesibilitas tinggi. Perubahan tren fast fashion yang cepat juga menjadi keterbatasan dalam penelitian ini, karena apabila terjadi perubahan yang signifikan dalam perilaku konsumen dan praktik industri penelitian ini mungkin tidak relevan di masa mendatang.

SIMPULAN

Penelitian ini mengeksplorasi hubungan antara fenomena fast fashion, sustainable fashion, dan gaya hidup halal. Menyoroti dampak lingkungan dan sosial dari produksi massal fast fashion, seperti limbah tekstil, pencemaran, dan eksploitasi pekerja, serta solusi melalui sustainable fashion yang menggunakan bahan ramah lingkungan dan proses produksi etis. Gaya hidup halal mendukung perubahan perilaku konsumen menuju konsumsi yang bertanggung jawab, sejalan dengan prinsip berkelanjutan, meskipun tantangan seperti resistensi terhadap perubahan kebiasaan dan keterbatasan akses produk sustainable fashion masih ada. Kolaborasi antara desainer, produsen, pemerintah, dan konsumen diperlukan untuk mendorong industry fashion yang lebih etis dan berkelanjutan. Didukung oleh meningkatnya kesadaran konsumen muslim terhadap produk halal dan ramah lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Admin, I. (2021, September 30). Memajukan Industri Halal lewat Sustainable Fashion. *Indonesia Sharia Economic Festival*. <https://isef.co.id/cat-artikel/memajukan-industri-halal-lewat-sustainable-fashion/>
- Asy'ari, M. F., & Amalia, Y. T. (t.t.). *Sisi Gelap Multinational Corporation (Mnc) Fast Fashion: Implikasi Terhadap Keamanan Lingkungan*. 01.
- At What Cost? Unravelling the Harms of the Fast Fashion Industry*. (t.t.). Diambil 21 November 2024, dari https://www.biologicaldiversity.org/programs/population_and_sustainability/sustainability/fast_fashion#
- Bakti, I. S., Nirzalin, N., & Alwi, A. (2019). Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard. *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 13(2), Article 2. <https://doi.org/10.24815/jsu.v13i2.15925>
- Blogger, P. P. (2024, Februari 6). *How Fast Fashion is Bad for the Environment—The Plastic Collective*. Plastic Collective. <https://www.plasticcollective.co/how-fast-fashion-is-bad-for-the-environment/>
- Bylok, F. (2021). PATTERNS OF SUSTAINABLE CONSUMPTION IN HIGH CONSUMPTION SOCIETIES. CASE OF POLAND. *Zero Waste Management and Circular Economy*, 119–128. <https://doi.org/10.11118/978-80-7509-820-7-0119>
- dev@whello.id. (2020, Januari 6). Mengenal Fast Fashion dan Dampak yang Ditimbulkan. *Zero Waste Indonesia*. <https://zerowaste.id/zerowaste/mengenal-fast-fashion-dan-dampak-yang-ditimbulkan/>

- Djalal, T., Adam, A., & Kamaruddin, S. A. (t.t.). *Masyarakat Konsumen dalam Perspektif Teori Kritis Jean Baudrillard*.
- Endrayana, J. P. M., & Retnasari, D. (t.t.). *PENERAPAN SUSTAINABLE FASHION DAN ETHICAL FASHION DALAM MENGHADAPI DAMPAK NEGATIF FAST FASHION*.
- Fimela.com. (2021, Oktober 18). *Sejalan dengan Prinsip Halal, Sustainable Fashion Jadi Tema ISEF 2021*. fimela.com. <https://www.fimela.com/fashion/read/4687598/sejalan-dengan-prinsip-halal-sustainable-fashion-jadi-tema-isef-2021>
- <https://bpkpenabur.or.id>. (t.t.). *Fast Fashion And Its Impact On Society*. <https://bpkpenabur.or.id>. Diambil 21 November 2024, dari <https://bpkpenabur.or.id/jakarta/smak-5-penabur/berita/english-day/fast-fashion-and-its-impact-on-society>
- JWSC_1247_Tren+fast+fashion+pakaian+masa+new+normal+di+Indonesia+Efektivitas+konsep+sustainable+fashion+terhadap+lingkungan*. (t.t.).
- Lundblad, L., & Davies, I. A. (2016). The values and motivations behind sustainable fashion consumption. *Journal of Consumer Behaviour*, 15(2), 149–162. <https://doi.org/10.1002/cb.1559>
- 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. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12169>
- Mengenal Konsumsi dan Produksi Berkelanjutan—Green Info*. (2021, April 27). <https://greeneration.org/>. <https://greeneration.org/publication/green-info/mengenal-konsumsi-dan-produksi-berkelanjutan/>
- Mujahidah, A. N. (t.t.). *ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DAN PENANGANANNYA (STUDI KASUS PADA SATU PESERTA DIDIK DI SMK NEGERI 8 MAKASSAR)*.
- Rohayedi, E., & Maulina, M. (2020). KONSUMERISME DALAM PERSPEKTIF ISLAM. *TRANSFORMATIF*, 4(1), 31–48. <https://doi.org/10.23971/tf.v4i1.1900>
- saba. (2020, Desember 2). *Environmental and Social Impacts of Fast Fashion – The Sustainable Development Watch*. <https://sdwatch.eu/2020/02/environmental-and-social-impacts-of-fast-fashion/>
- Sitorus, M., & Faujiah, A. (2023). *PELUANG INDUSTRI KREATIF FASHION HALAL DI INDONESIA*. 4.
- Tren Dan Fakta Konsumsi Berkelanjutan – Perspektif Bisnis – Sustainable Waste Indonesia*. (t.t.). Diambil 18 November 2024, dari <https://sw-indo.com/tren-dan-fakta-konsumsi-berkelanjutan-perspektif-bisnis/>
- Vadym, B., & Anna, B. (t.t.). *THE EFFECT OF SUSTAINABLE CONSUMPTION AND PRODUCTION ON ECOLOGY*.