Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu
Volume 4 ; Nomor 11 ; November 2026 ; Page 91-97
Doi : https://doi.org/10.59435/gjmi.v4i11.2392
Website : https://gudangjurnal.com/index.php/gjmi

E-ISSN : 2988-5760

Fast Fashion Dalam Perspektif Kritik Sosial: Memahami Perilaku Konsumtif Dan Dampaknya Bagi Keberlanjutan Lingkungan

Aura Qathrunnada Gultom[1], Veronika Ariloti[2]

Ilmu Komunikasi, Universitas Sumatera Utara
qathaura@gmail.com, arilotiveronika@gmail.com

Abstrak

Fast fashion merupakan fenomena industri mode yang menghadirkan pakaian dengan cepat mengikuti perubahan tren. Perubahan tren yang berlangsung dalam waktu singkat dapat mendorong perilaku konsumtif masyarakat dan meningkatkan jumlah pakaian yang berpotensi menjadi limbah. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan mekanisme fast fashion serta dampaknya terhadap lingkungan dan keberlangsungan usaha fashion lokal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi pustaka. Wawancara dilakukan dengan narasumber yang memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang fashion, sedangkan observasi dilakukan di tempat pembuangan sampah. Studi pustaka digunakan untuk melengkapi informasi melalui artikel dan sumber daring yang relevan. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa perubahan tren yang cepat dan pengaruh media sosial dapat mendorong masyarakat untuk membeli pakaian baru meskipun pakaian sebelumnya masih layak digunakan. Kebiasaan tersebut berpotensi meningkatkan limbah pakaian, sementara penggunaan bahan sintetis yang sulit terurai dan pengelolaan limbah yang tidak tepat dapat memperbesar risiko pencemaran lingkungan. Selain itu, persaingan dengan merek fast fashion juga menjadi tantangan bagi usaha fashion lokal. Oleh karena itu, kesadaran konsumen dalam membeli pakaian sesuai kebutuhan, memperhatikan kualitas, dan memperpanjang masa pakai pakaian menjadi langkah penting untuk mengurangi dampak negatif fast fashion.

Kata Kunci: fast fashion, limbah pakaian, pencemaran lingkungan, perilaku konsumtif, fashion lokal.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri fashion tidak terlepas dari perubahan tren, kemajuan teknologi, dan pola konsumsi masyarakat. Pakaian yang awalnya berfungsi sebagai kebutuhan dasar kini juga menjadi sarana untuk mengekspresikan identitas, gaya hidup, dan status sosial. Perubahan tersebut mendorong industri mode untuk terus menghadirkan desain yang sesuai dengan selera pasar. Salah satu model bisnis yang berkembang dalam kondisi ini adalah fast fashion, yaitu sistem produksi dan pemasaran pakaian yang mengutamakan kecepatan dalam merespons tren serta menyediakan produk baru kepada konsumen. Melalui sistem tersebut, berbagai model pakaian dapat diproduksi dan dipasarkan dalam waktu relatif singkat dengan harga yang cenderung terjangkau. Perkembangan media sosial turut mempercepat penyebaran tren fashion di masyarakat. Platform digital memungkinkan konsumen memperoleh inspirasi berpakaian melalui konten *influencer*, rekomendasi produk, dan berbagai gaya yang sedang populer. Kemudahan memperoleh informasi tersebut membuat tren lebih cepat dikenal dan diikuti oleh berbagai kelompok masyarakat, khususnya pengguna media sosial.

Namun, pergantian tren yang berlangsung cepat juga berpotensi mendorong pembelian pakaian secara berulang, termasuk ketika pakaian yang dimiliki sebelumnya masih layak digunakan. Kondisi ini menunjukkan bahwa perkembangan fast fashion tidak hanya berkaitan dengan strategi bisnis industri pakaian, tetapi juga berhubungan dengan perilaku konsumsi masyarakat. Di balik kemudahan yang ditawarkan, fast fashion menimbulkan persoalan lingkungan yang perlu diperhatikan. Produksi pakaian dalam jumlah besar membutuhkan bahan baku, air, dan energi, sedangkan pakaian yang tidak lagi digunakan berpotensi menambah volume limbah tekstil. Permasalahan tersebut menjadi semakin kompleks ketika pakaian terbuat dari bahan yang sulit terurai secara alami atau terdiri atas campuran serat yang tidak mudah dipisahkan. Oleh karena itu, dampak lingkungan fast fashion perlu dipahami melalui keseluruhan siklus hidup pakaian, mulai dari proses produksi dan distribusi hingga penggunaan serta pengelolaannya setelah tidak lagi dibutuhkan. Pemanfaatan kembali pakaian, perbaikan, dan pengolahan limbah tekstil menjadi beberapa alternatif yang dapat dipertimbangkan untuk mengurangi pembuangan material yang masih memiliki nilai guna.

Selain berdampak terhadap lingkungan, perkembangan fast fashion juga berdampak pada ekonomi lokal dan aspek sosial. Perkembangan ini enghadirkan tantangan bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di bidang fashion. Persaingan dengan merek yang mampu menyediakan beragam produk dalam waktu singkat dapat menyulitkan pelaku usaha lokal, terutama dalam hal harga, kecepatan produksi, dan jangkauan pemasaran. UMKM umumnya memiliki keterbatasan sumber daya sehingga tidak selalu dapat mengikuti perubahan tren dengan kecepatan yang sama. Meskipun demikian, usaha lokal memiliki potensi untuk bersaing melalui keunikan desain, kualitas pengerjaan, identitas budaya,

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

serta karakter produk yang membedakannya dari pakaian produksi massal. Pemanfaatan media sosial dan pengembangan inovasi produk juga dapat menjadi bagian dari upaya memperluas pasar dan mempertahankan keberlangsungan usaha.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguraikan mekanisme perkembangan fast fashion, menganalisis dampaknya terhadap lingkungan, serta mengkaji tantangan yang ditimbulkannya bagi UMKM fashion lokal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara, observasi, dan studi pustaka untuk memperoleh pemahaman mengenai fenomena fast fashion dari berbagai sudut pandang. Hasil pembahasan diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai hubungan antara perubahan tren, perilaku konsumsi, timbulan limbah tekstil, dan persaingan usaha mode lokal. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman mengenai pentingnya pola konsumsi yang lebih bertanggung jawab serta strategi pengembangan usaha fashion yang memperhatikan aspek lingkungan dan keberlangsungan pelaku usaha lokal.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggambarkan fenomena fast fashion dan dampaknya terhadap lingkungan, khususnya terkait permasalahan limbah pakaian serta pengaruhnya terhadap usaha fashion lokal. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti memahami suatu fenomena secara mendalam melalui pengalaman, pandangan, dan konteks sosial yang berkaitan dengan fenomena tersebut. Lim (2025) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif dapat digunakan untuk memahami fenomena yang kompleks melalui penggalian makna dan perspektif manusia secara mendalam. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan studi pustaka. Wawancara dilakukan dengan narasumber yang memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang fashion untuk memperoleh informasi mengenai mekanisme fast fashion, perubahan tren pakaian, perilaku konsumtif masyarakat, serta dampaknya terhadap lingkungan dan usaha mode lokal. Wawancara digunakan untuk menggali pengalaman dan pandangan narasumber secara terperinci sehingga peneliti dapat memahami fenomena yang diteliti dari perspektif mereka (Creswell & Poth, 2024).

Selanjutnya, observasi dilakukan dengan mengunjungi tempat pembuangan sampah untuk mengamati kondisi sampah secara langsung, terutama keberadaan limbah pakaian dan potensi pemanfaatannya kembali. Pengamatan lapangan digunakan untuk memperoleh gambaran kontekstual mengenai kondisi objek penelitian. Elliott et al. (2023) menjelaskan bahwa observasi merupakan salah satu metode yang dapat digunakan dalam penelitian kualitatif untuk memahami aktivitas dan proses sosial dalam konteks alaminya. Selain itu, studi pustaka dilakukan dengan menelusuri berbagai sumber tertulis yang relevan, seperti artikel jurnal ilmiah, buku akademik, dan publikasi daring yang dapat dipertanggungjawabkan. Studi pustaka bertujuan memperoleh informasi pendukung mengenai perkembangan industri fast fashion, dampak lingkungan dari limbah tekstil, perilaku konsumsi pakaian, serta tantangan yang dihadapi usaha mode lokal. Sumber-sumber yang digunakan dipilih berdasarkan relevansi dengan topik penelitian dan kredibilitas penerbitnya. Data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan studi pustaka kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi informasi penting, mengelompokkan data berdasarkan tema, serta menghubungkan temuan dari setiap teknik pengumpulan data untuk memperoleh pemahaman yang menyeluruh. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan dampak fast fashion terhadap lingkungan dan usaha fashion lokal sekaligus mengidentifikasi upaya yang dapat dilakukan untuk mengurangi dampak tersebut..

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mekanisme Fast Fashion

Fast fashion berjalan melalui hubungan antara perubahan tren, strategi produksi, promosi, dan perilaku konsumsi. Tren dapat muncul dari peragaan busana, peluncuran desain baru oleh merek, serta penyebaran gaya berpakaian melalui media sosial. Ketika suatu model pakaian menjadi populer, produsen menyesuaikan produksi dengan permintaan pasar. Sistem ini memungkinkan produk baru dirilis lebih sering dibandingkan pola produksi musiman. Dermawan Pakpahan, pegiat *fashion* sekaligus dosen tata busana di Kota Medan, menjelaskan bahwa fast fashion berkaitan dengan kecenderungan konsumtif masyarakat. Ketika suatu model pakaian menjadi tren, konsumen terdorong untuk membelinya meskipun pakaian tersebut mungkin hanya digunakan sekali. Ia mencontohkan tren blus berkerah *sailor* yang dapat menarik minat masyarakat ketika ramai dibicarakan.

Qothrun Nada, pegiat fashion lainnya, menyoroti peran *influencer* di media sosial dalam memengaruhi keputusan pembelian. Ketika influencer menampilkan pakaian tertentu, pengikutnya dapat tertarik untuk memiliki produk serupa. Dengan demikian, media sosial mempercepat penyebaran tren dan dapat mendorong konsumen membeli pakaian baru meskipun pakaian lama masih layak digunakan.

Selain dipengaruhi oleh tren dan promosi, mekanisme fast fashion juga ditunjang oleh sistem produksi dan rantai pasok yang dirancang untuk mempercepat penyediaan produk. Li (2023) menjelaskan bahwa model bisnis fast fashion perlu menyesuaikan strategi perusahaan dengan perubahan permintaan pasar. Dalam praktiknya, proses desain, pengadaan bahan, produksi, distribusi, dan penjualan saling terhubung agar perusahaan dapat merespons perubahan kebutuhan konsumen. Kecepatan dalam mengoordinasikan proses tersebut menjadi salah satu faktor yang memungkinkan merek menghadirkan model pakaian baru secara berulang.

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

Perkembangan teknologi digital turut mengubah cara perusahaan fashion mengelola proses produksi dan distribusi. Casciani et al. (2022) membahas pemanfaatan teknologi digital dalam industri fashion, termasuk pemodelan tiga dimensi, pemindaian digital, serta teknologi virtual dan *augmented reality*. Teknologi tersebut berpotensi mempercepat tahapan desain dan pembuatan prototipe, mengoptimalkan proses operasional, serta mendukung pemasaran dan penjualan. Dalam konteks fast fashion, pemanfaatan teknologi dapat membantu perusahaan memperpendek waktu yang diperlukan untuk mengembangkan dan memasarkan produk.

Selain itu, penggunaan platform digital memungkinkan perusahaan menghubungkan informasi pasar dengan proses produksi dan distribusi. Studi mengenai jaringan produksi pakaian digital oleh Wu dan rekan-rekan peneliti lainnya menunjukkan bahwa platform daring dapat mengubah koordinasi rantai nilai, mulai dari desain dan pengadaan bahan hingga pengelolaan rantai pasok. Salah satu contohnya adalah penggunaan sistem algoritmik untuk mengoordinasikan berbagai aktivitas bisnis. Dengan mekanisme tersebut, perusahaan dapat mengintegrasikan informasi dan proses operasional untuk mendukung perputaran produk yang lebih cepat. Namun, penerapan teknologi digital juga dapat menimbulkan tantangan bagi pelaku usaha dalam jaringan produksi dan distribusi. Di sisi pemasaran, media sosial tidak hanya menjadi sarana untuk memperkenalkan produk, tetapi juga berperan dalam membentuk ketertarikan dan keputusan pembelian konsumen. Vladimirova et al. (2024), melalui tinjauan literatur sistematis, membahas bagaimana media sosial dapat memengaruhi konsumsi fashion melalui berbagai aktor dan bentuk komunikasi digital. Konten yang menampilkan gaya berpakaian, rekomendasi produk, dan inspirasi padu padan dapat meningkatkan perhatian konsumen terhadap model tertentu. Ketika tren terus berganti dan produk baru dipromosikan secara berulang, konsumen dapat terdorong untuk mengikuti perubahan tersebut melalui pembelian pakaian baru.

Dorongan untuk mengikuti tren juga dapat berkaitan dengan *Fear Of Missing Out* (FOMO), yaitu kekhawatiran tertinggal dari pengalaman atau tren yang diikuti orang lain. Bläse et al. (2024) mengkaji hubungan FOMO dengan niat membeli produk fast fashion. Temuan mereka menunjukkan pentingnya mempertimbangkan faktor psikologis dalam memahami perilaku pembelian yang tidak berkelanjutan. Dalam lingkungan digital, konsumen yang terus melihat produk populer atau promosi dengan batas waktu tertentu dapat merasa perlu segera membeli agar tidak kehilangan kesempatan atau tertinggal dari tren. Kondisi ini dapat memperpendek pertimbangan sebelum membeli dan meningkatkan frekuensi pembelian pakaian

Perkembangan tren fashion melalui media sosial juga dapat memengaruhi cara konsumen menentukan pilihan pakaian. Fahmia dan Luqman (2024), dalam penelitian mengenai intensitas mengakses konten tren fashion di TikTok dan perilaku konsumsi Generasi Z, membahas keterkaitan antara paparan konten *fashion* dan kebiasaan konsumsi. Media sosial memungkinkan konsumen melihat beragam model pakaian dalam waktu singkat, mulai dari rekomendasi *influencer* hingga video yang menampilkan produk populer. Paparan tersebut dapat meningkatkan ketertarikan terhadap tren tertentu dan mendorong konsumen mencari produk yang serupa. Dalam mekanisme fast fashion, keadaan ini penting karena promosi digital dapat mempercepat perpindahan tren dari konten media sosial menjadi permintaan pasar. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi bagian dari lingkungan pemasaran yang memengaruhi keputusan pembelian

Dampak Fast Fashion terhadap Lingkungan dan Upaya Menguranginya

Produksi pakaian secara cepat dan dalam jumlah besar berpotensi meningkatkan volume limbah tekstil. Perubahan tren yang berlangsung singkat dapat membuat pakaian dianggap tidak lagi menarik, meskipun masih dapat digunakan. Akibatnya, masa penggunaan pakaian berpotensi semakin pendek dan jumlah pakaian yang dibuang dapat bertambah. Bahan pakaian juga menjadi persoalan penting. Naskah sumber menyoroti penggunaan serat sintetis, seperti poliester, yang sulit terurai secara alami. Apabila pakaian berbahan tersebut terus menumpuk dan tidak dikelola dengan baik, limbahnya dapat menambah beban pencemaran lingkungan. Pembakaran pakaian bukan solusi yang tepat karena dapat menghasilkan asap yang berbahaya bagi kesehatan dan lingkungan, serta menyisakan arang yang sulit terurai.

Selain menambah jumlah sampah, dampak lingkungan fast fashion juga muncul sepanjang siklus hidup pakaian. Produksi bahan baku, pemintalan serat, pewarnaan, penjahitan, distribusi, pencucian, dan pembuangan membutuhkan sumber daya serta dapat menghasilkan emisi atau limbah. Aponte dkk. (2024) menekankan bahwa konsumsi fast fashion dan model bisnisnya telah menjadi perhatian dalam penelitian dampak ekologis industri fashion. Dengan demikian, pengurangan dampak tidak cukup dilakukan ketika pakaian sudah menjadi sampah; proses produksi dan kebiasaan konsumsi juga perlu diperhatikan.

Yuli Efriani, Founder Komunitas Lingkungan Seabolga, menjelaskan pakaian yang sudah tidak digunakan masih banyak ditemukan di rumah dan belum langsung menjadi sampah. Pada satu orang, pakaian yang sudah tidak terpakai bisa mencapai sekitar 10 hingga 15 potong. Pakaian tersebut biasanya hanya disimpan di dalam lemari dan dibiarkan begitu saja. Namun, ketika tidak lagi digunakan dan tidak dikelola dengan baik, pakaian tersebut pada akhirnya dapat menjadi limbah.

Proses produksi yang cepat membuat pakaian diproduksi dalam jumlah banyak dengan bahan yang cenderung lebih murah dan tidak selalu tahan lama. Modelnya pun terus berganti mengikuti tren. Pakaian yang sedang populer saat ini dapat dengan cepat tergantikan oleh model baru. Perubahan tersebut membuat sebagian orang merasa perlu memiliki pakaian yang sesuai dengan tren terbaru. Akibatnya, pakaian yang sebelumnya masih layak digunakan bisa lebih cepat tersisih dari lemari.

Ketika sebuah pakaian meninggalkan lemari untuk terakhir kalinya, bukan berarti perjalanannya ikut berakhir. Justru setelah menjadi limbah, pakaian tersebut dapat meninggalkan jejak lain bagi lingkungan. Warna, serat, dan bahan

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

yang sebelumnya membuat pakaian nyaman dikenakan dapat berubah menjadi persoalan ketika berhadapan dengan air, tanah, maupun udara. Salah satunya berasal dari pewarna tekstil. Warna yang membuat pakaian terlihat menarik ternyata tidak selalu berasal dari bahan alami. Dalam proses pembuatannya, industri tekstil juga menggunakan pewarna sintetis yang dapat meninggalkan sisa ketika kain dicuci. Air bekas pencucian tersebut kemudian dapat menjadi limbah dan berpotensi mencemari lingkungan.

Besarnya persoalan limbah pakaian juga terlihat dari data yang dikutip Citarum Harum dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) melalui Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) tahun 2021. Indonesia menghasilkan sekitar 2,3 juta ton limbah pakaian atau setara dengan 12 persen dari limbah rumah tangga. Dari jumlah tersebut, hanya sekitar 0,3 juta ton yang dapat didaur ulang.

Salah satu persoalan yang perlu dicermati adalah penggunaan bahan sintetis, termasuk poliester. Bahan ini banyak dipakai karena dapat memenuhi kebutuhan produksi pakaian dalam jumlah besar, tetapi sifatnya yang sulit terurai membuat penanganan pada akhir masa pakai menjadi tantangan. Smelik (2023) membahas poliester sebagai bahan yang memiliki peran penting dalam sejarah budaya dan industri fashion modern. Dalam konteks limbah, pakaian berbahan sintetis perlu dikelola dengan hati-hati karena seratnya dapat terlepas selama pemakaian dan pencucian, sementara kainnya tidak mudah terurai secara alami. Serat-serat kecil yang terlepas dari pakaian sintetis dikenal sebagai mikroserat tekstil. Sebagian serat dapat terbawa bersama air bekas cucian dan berpotensi mencapai lingkungan perairan apabila tidak tertahan dalam sistem pengolahan limbah. Partikel kecil tersebut sulit dikumpulkan setelah menyebar, sehingga pencegahan sejak sumbernya menjadi penting. Pilihan seperti mencuci pakaian hanya ketika diperlukan, menghindari pencucian yang berlebihan, serta menggunakan pakaian lebih lama dapat membantu mengurangi tekanan dari aktivitas konsumsi.

Masalah lingkungan juga berkaitan dengan sisa kain dan pakaian yang masih bisa dimanfaatkan.Pakaian yang tidak lagi digunakan tidak selalu harus langsung dibuang. Pakaian yang masih layak dapat digunakan kembali atau dialihkan kepada orang lain, sedangkan kain yang sudah tidak bisa dipakai sebagai pakaian dapat diolah menjadi produk lain. Potongan kain kecil, misalnya, dapat disatukan melalui teknik patchwork untuk membuat keset, selimut, atau produk rumah tangga. Penelitian Sumirat (2024) mengenai perancangan jaket dengan memanfaatkan limbah benang dan pakaian bekas melalui teknik manipulasi kain memberikan contoh bagaimana material sisa dapat digunakan dalam penciptaan produk baru. Pemanfaatan semacam ini menunjukkan bahwa limbah tekstil tidak selalu harus berakhir sebagai sampah, selama kondisinya memungkinkan untuk diolah. Selain mengurangi pembuangan, pengolahan kembali dapat menjadi peluang bagi penjahit, perajin, dan usaha kecil untuk menciptakan produk dengan nilai guna baru. Namun, proses daur ulang tetap perlu disesuaikan dengan jenis bahan, biaya, dan kualitas hasil akhirnya.

Upaya mengurangi dampak fast fashion dapat dimulai dari tahapan sebelum membeli. Konsumen dapat mempertimbangkan apakah pakaian benar-benar dibutuhkan, apakah bahan dan jahitannya cukup kuat, serta apakah modelnya akan tetap digunakan dalam jangka waktu panjang. Setelah dibeli, pakaian dapat dirawat sesuai petunjuk agar lebih awet. Jika sudah tidak dibutuhkan, pilihan penggunaan kembali, penjualan preloved, donasi, perbaikan, atau pengolahan kain dapat dipertimbangkan sesuai kondisi pakaian. Li dkk. (2024), dalam kajian jejak karbon konsumsi fast fashion dengan studi kasus celana jeans, juga membahas perdagangan pakaian bekas sebagai salah satu strategi mitigasi. Hal ini memperlihatkan pentingnya memperpanjang masa penggunaan produk sebelum menjadi limbah.

Dampak fast fashion terhadap lingkungan juga dapat dilihat dari besarnya potensi limbah yang muncul ketika pakaian diproduksi, digunakan, dan dibuang dalam siklus yang relatif singkat. Pratitis dan Yumarnis (2024), melalui penelitian mengenai dampak fast fashion terhadap lingkungan dan masyarakat dengan studi kasus H&M, membahas persoalan penumpukan limbah tekstil serta penggunaan bahan sintetis dalam industri pakaian. Temuan tersebut dapat menjadi dasar untuk memahami bahwa persoalan limbah tidak hanya berkaitan dengan jumlah pakaian yang dibuang, tetapi juga dengan karakteristik bahan yang digunakan dan cara limbah tersebut dikelola. Apabila pakaian yang tidak lagi digunakan langsung dibuang tanpa pemilahan atau pemanfaatan kembali, peluang untuk mempertahankan nilai guna material menjadi berkurang. Oleh karena itu, pengurangan limbah perlu dimulai dari tahap konsumsi dengan memperpanjang masa penggunaan pakaian, serta dilanjutkan melalui penggunaan kembali dan pengolahan material yang masih memungkinkan.

Selain mengurangi pembelian pakaian baru, pemanfaatan kembali material tekstil dapat menjadi alternatif untuk menangani limbah fashion. Kimbarlina dan Enrico (2023) membahas pengembangan produk fashion dari limbah sebagai salah satu bentuk penerapan *sustainable fashion*. Sisa kain yang dihasilkan dari proses produksi maupun pakaian yang tidak lagi digunakan dapat dimanfaatkan sebagai bahan untuk menciptakan produk baru. Misalnya, kain perca dapat diolah menjadi aksesori, produk rumah tangga, atau elemen dekoratif pada pakaian. Pendekatan ini memungkinkan material yang sebelumnya berpotensi menjadi sampah memperoleh fungsi baru. Meskipun demikian, pemanfaatan kembali limbah perlu mempertimbangkan kondisi bahan, teknik pengolahan, dan kebutuhan pasar agar produk yang dihasilkan benar-benar dapat digunakan.

Upaya tersebut juga dapat dilakukan dengan mengolah pakaian bekas menjadi material tekstil alternatif. Zakiyah, dkk. (2023) meneliti pemanfaatan limbah denim pascapemakaian melalui teknik *water soluble embroidery*, yaitu teknik bordir dengan bantuan lembaran film yang larut dalam air untuk membentuk material baru. Penelitian ini memberikan contoh bahwa pakaian bekas tidak selalu harus berakhir di tempat pembuangan sampah, tetapi dapat diolah melalui teknik tertentu menjadi bahan yang memiliki fungsi berbeda. Pemanfaatan semacam ini berpotensi membuka peluang pengembangan produk kreatif sekaligus mengurangi pembuangan limbah tekstil. Namun, keberhasilannya bergantung pada kesesuaian material, proses pengerjaan, dan kualitas produk akhir.

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

Dampak Fast Fashion dalam Aspek Ekonomi Lokal dan Aspek Sosial

Fast fashion juga menghadirkan tantangan bagi UMKM fashion lokal. Nining Tristantie, akademisi fashion sekaligus pemilik butik, menyatakan bahwa produk fast fashion dapat membuat produk UMKM kurang diminati karena konsumen cenderung memilih merek besar yang dianggap lebih dikenal dan eksklusif. Kondisi ini dapat terjadi meskipun harga produk fast fashion kurang lebih sama dengan produk buatan desainer atau pelaku lokal. UMKM memiliki keterbatasan dari segi bahan, tenaga kerja, dan sumber daya sehingga sulit mengikuti pergantian tren yang cepat. Pembuatan produk lokal juga membutuhkan waktu lebih lama karena prosesnya memperhatikan detail pengerjaan. Hal ini dapat membuat harga produk UMKM lebih tinggi dibandingkan sejumlah produk fast fashion. Menurut keterangan narasumber, produk lokal sering kali dibuat secara handmade dengan perhatian terhadap proses penjahitan dan *finishing*. Situasi tersebut menunjukkan adanya tantangan persaingan antara kecepatan produksi dan nilai pengerjaan. Merek fast fashion dapat mengeluarkan model baru dengan cepat, sementara UMKM memiliki keterbatasan untuk memproduksi banyak model dalam waktu singkat. Pada sisi konsumen, keputusan membeli tidak hanya dipengaruhi harga, tetapi juga nama merek dan persepsi eksklusivitas. Karena itu, produk lokal perlu bersaing di tengah kebiasaan konsumsi yang mudah berubah mengikuti tren.

Persaingan dengan produk fast fashion juga mendorong UMKM fashion lokal untuk menyesuaikan strategi bisnisnya. Adella et al. (2025), dalam penelitian mengenai strategi adaptasi usaha batik Pekalongan di tengah persaingan produk fast fashion, mengidentifikasi tantangan seperti persaingan harga, perubahan tren pasar yang cepat, dan keterbatasan literasi digital. Penelitian tersebut membahas sejumlah strategi adaptasi, termasuk diversifikasi produk, inovasi desain, pemanfaatan media sosial, dan kolaborasi bisnis. Temuan ini relevan dengan kondisi UMKM fashion lokal yang perlu mempertahankan karakter produknya sekaligus menjangkau konsumen melalui saluran pemasaran yang sesuai dengan perkembangan zaman. Dengan demikian, respons terhadap persaingan tidak harus dilakukan dengan meniru kecepatan produksi merek besar, tetapi dapat melalui penguatan identitas produk, peningkatan kualitas, dan pemanfaatan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar.

Dampak fast fashion juga dapat dilihat dari perubahan kebiasaan masyarakat dalam memaknai pakaian. Pakaian pada dasarnya berfungsi untuk melindungi tubuh dan memenuhi kebutuhan sehari-hari, tetapi dalam kehidupan sosial pakaian juga dapat menjadi cara seseorang menunjukkan gaya, identitas, dan keikutsertaannya dalam tren. Ketika suatu model menjadi populer, sebagian konsumen merasa perlu memiliki pakaian serupa agar tidak dianggap tertinggal. Dalam situasi ini, keputusan membeli tidak selalu didasarkan pada kebutuhan, melainkan dapat dipengaruhi keinginan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan.

Pengaruh tersebut semakin kuat ketika tren menyebar melalui media sosial. Unggahan *influencer*, video rekomendasi pakaian, serta konten padu padan dapat membuat suatu produk terlihat menarik dan seolah-olah perlu dimiliki. Paparan berulang juga memudahkan konsumen menemukan produk yang sedang populer. Mathew dan Spinelli (2025) mengelompokkan faktor yang memengaruhi perilaku konsumen fast fashion ke dalam beberapa aspek, termasuk strategi pemasaran, pengaruh individu, kelompok sosial, dan situasi. Dengan demikian, kebiasaan membeli pakaian tidak dapat dilepaskan dari lingkungan digital dan sosial tempat konsumen menerima informasi. Kondisi tersebut dapat memunculkan pola konsumsi impulsif, yaitu membeli karena tertarik pada tren atau penawaran tertentu tanpa mempertimbangkan kebutuhan secara matang. Pakaian yang dibeli mungkin hanya digunakan beberapa kali sebelum tersimpan di lemari. Jika kebiasaan ini terus berulang, konsumen dapat mengeluarkan uang untuk barang yang jarang dipakai, sedangkan pakaian yang masih layak justru tidak dimanfaatkan secara maksimal.

Dampak sosial fast fashion, dengan demikian, juga berkaitan dengan cara masyarakat mengatur pengeluaran dan membangun kebiasaan konsumsi. Namun, perilaku konsumen tidak seharusnya dipandang hanya sebagai kesalahan individu. Harga, ketersediaan produk, strategi promosi, dan keterbatasan pilihan turut memengaruhi keputusan pembelian. Pakaian yang murah dapat menjadi pilihan realistis bagi masyarakat dengan anggaran terbatas. Karena itu, konsumsi yang lebih bertanggung jawab perlu didukung oleh informasi yang jelas tentang bahan, kualitas, dan cara merawat pakaian, serta pilihan produk yang tahan lama dan terjangkau. Kesadaran konsumen akan lebih berarti ketika tersedia pilihan yang memungkinkan mereka membeli sesuai kebutuhan. Dampak sosial juga dapat berkaitan dengan kondisi pekerja dalam rantai produksi. Tuntutan untuk menghasilkan pakaian secara cepat dan berbiaya rendah dapat menimbulkan tekanan pada proses produksi. Meski kondisi setiap perusahaan berbeda dan tidak bisa disamaratakan, aspek upah, keselamatan, jam kerja, dan perlindungan pekerja perlu menjadi bagian dari pembahasan industri fashion yang bertanggung jawab. Oleh sebab itu, penilaian terhadap produk fashion sebaiknya tidak hanya didasarkan pada model dan harga, tetapi juga mempertimbangkan proses pembuatannya apabila informasi tersebut tersedia.

KESIMPULAN

Fast fashion merupakan sistem industri pakaian yang mengutamakan kecepatan produksi dan kemampuan mengikuti perubahan tren pasar. Perkembangannya didukung oleh kemajuan teknologi digital, strategi pemasaran, serta penyebaran tren melalui media sosial dan influencer. Kondisi tersebut memudahkan konsumen memperoleh berbagai model pakaian, tetapi juga dapat mendorong kebiasaan membeli secara berulang karena keinginan mengikuti tren. Faktor psikologis, seperti kekhawatiran tertinggal dari gaya yang sedang populer, turut menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam memahami perilaku konsumsi fashion. Dari aspek lingkungan, produksi dan konsumsi pakaian yang berlangsung secara cepat berpotensi meningkatkan jumlah limbah tekstil. Oleh karena itu, upaya mengurangi dampak lingkungan perlu dilakukan melalui perubahan kebiasaan konsumsi dan pengelolaan pakaian secara lebih bertanggung

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

jawab. Memperpanjang masa penggunaan pakaian, memperbaiki produk yang rusak, mendonasikan atau menjual kembali pakaian yang masih layak, serta mengolah sisa kain menjadi produk baru merupakan beberapa alternatif yang dapat diterapkan untuk mengurangi pembuangan limbah tekstil. Sementara itu, dalam aspek ekonomi lokal, fast fashion menghadirkan persaingan bagi UMKM fashion, terutama karena perbedaan kapasitas produksi, harga, kecepatan mengikuti tren, dan jangkauan pemasaran. Meskipun demikian, UMKM tetap memiliki peluang untuk mempertahankan daya saing melalui pengembangan desain yang khas, kualitas pengerjaan, identitas budaya, inovasi produk, serta pemanfaatan media sosial untuk menjangkau konsumen. Dari sisi sosial, fenomena fast fashion juga menunjukkan bahwa keputusan pembelian pakaian tidak selalu didasarkan pada kebutuhan, tetapi dapat dipengaruhi oleh lingkungan pergaulan, promosi digital, dan keinginan mengikuti tren. Selain itu, tanggung jawab industri fashion perlu mencakup perhatian terhadap kondisi pekerja dalam proses produksi. Secara keseluruhan, fast fashion memiliki keterkaitan dengan pola konsumsi masyarakat, keberlanjutan lingkungan, dan keberlangsungan usaha fashion lokal. Dengan demikian, perkembangan industri fashion diharapkan tidak hanya berorientasi pada kecepatan dan tren, tetapi juga memperhatikan pengurangan limbah, pemanfaatan sumber daya, dan keberlanjutan ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

Adella, D., Tamamudin, & Sadali, A. (2025). Strategi adaptasi usaha batik Pekalongan di tengah gempuran produk fast fashion. KENDALI: Economics and Social Humanities, 3(3). https://doi.org/10.58738/kendali.v3i3.699

Aponte, N. O., Hernández Gómez, J., & Torres Argüelles, V. (2024). Fast fashion consumption and its environmental impact: A literature review. Sustainability: Science, Practice and Policy, 20(1). https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15487733.2024.2381871

Bläse, R., Filser, M., Kraus, S., & Puumalainen, K. (2024). Non-sustainable buying behavior: How the fear of missing out drives purchase intentions in the fast fashion industry. Business Strategy and the Environment, 33(2), 626–641. https://doi.org/10.1002/bse.3509

Casciani, D., Chkanikova, O., & Pal, R. (2022). Exploring the nature of digital transformation in the fashion industry: Opportunities for supply chains, business models, and sustainability-oriented innovations. Sustainability: Science, Practice and Policy, 18(1), 773–795. https://doi.org/10.1080/15487733.2022.2125640

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2024). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (5th ed.). SAGE Publications.

Elliott, S., Christy, K., & Xiao, S. (2023). Qualitative research design. Dalam A. L. Nichols dan J. Edlund (Eds.), The Cambridge handbook of research methods and statistics for the social and behavioral sciences (Vol. 1, hlm. 420–440). Cambridge University Press

Fahmia, S. T., & Luqman, Y. (2024). Pengaruh intensitas mengakses konten trend fashion pada TikTok terhadap perilaku konsumsi Gen-Z. Interaksi Online, 13(1), 296–306. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/48734

Irawan, Bambang, Fakhira, Dhia Akifah, dkk. (2026). Optimalisasi Limbah Pakaian Bekas sebagai Kerajinan Keset dan Lap Dapur Bagi Ibu-Ibu di Desa Pinang Banjar. Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pengabdian, 4(4), 22831-22836. https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.5773

Kimbarlina, V., & Enrico, E. (2023). Produk fashion dari limbah untuk mendukung kegiatan sustainable fashion. FOLIO, 2(2). https://doi.org/10.37715/folio.v2i2.3478

Li, L. (2023). Fast fashion: Business models and strategies for adapting to the COVID-19 crisis. Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal, 27(3), 452–469. https://doi.org/10.1108/JFMM-04-2022-0077

Li, Z., Zhou, Y., Zhao, M., Guan, D., & Yang, Z. (2024). The carbon footprint of fast fashion consumption and mitigation strategies—a case study of jeans. Science of the Total Environment, 924, Article 171508. https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2024.171508

Lim, W. M. (2025). What is qualitative research? An overview and guidelines. Australasian Marketing Journal, 33(2). https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/14413582241264619

Mathew, M., & Spinelli, R. (2025). Decoding sustainable drivers: A systematic literature review on sustainability-induced consumer behaviour in the fast fashion industry. Sustainable Production and Consumption, 55, 132–145.

Persson, O., & Hinton, J. B. (2023). Second-hand clothing markets and a just circular economy? Exploring the role of business forms and profit. Journal of Cleaner Production, 390, Article 136139. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.136139

Pratitis, R. W., & Yumarnis, R. A. A. (2024). Dampak fast fashion terhadap lingkungan dan masyarakat: Studi kasus brand H&M. Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, dan Humaniora, 2(1), 327–334. https://doi.org/10.572349/kultura.v2i1.929

Smelik, A. (2023). Polyester: A cultural history. Fashion Practice, 15(2), 279–299.

Sumirat, S. (2024). Perancangan jaket menggunakan material limbah benang dan pakaian bekas dengan teknik manipulasi kain. BAJU: Journal of Fashion and Textile Design Unesa, 5(1), 11–22. https://doi.org/10.26740/baju.v5n1.p11-22

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.

Vladimirova, K., Henninger, C. E., Alosaimi, S. I., & lainnya. (2024). Exploring the influence of social media on sustainable fashion consumption: A systematic literature review and future research agenda. Journal of Global Fashion Marketing, 15(2), 181–202. https://doi.org/10.1080/20932685.2023.2237978

Wu, K.-J., Tseng, M.-L., Yang, W.-H., Ali, M. H., & Chen, X. (2023). Re-shaping sustainable value chain model under post pandemic disruptions: A fast fashion supply chain analysis. International Journal of Production Economics, 255, Article 108704. https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2022.108704

Wu, K.-J., Tseng, M.-L., Yang, W.-H., Ali, M. H., & Chen, X. (2023). Re-shaping sustainable value chain model under post pandemic disruptions: A fast fashion supply chain analysis. International Journal of Production Economics, 255, Article 108704. https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2022.108704

Zakiyah, Z., Regyandhea, W., Pramesvari, U., & Hasmiraldi, E. (2023). Daur ulang limbah pasca pemakaian produk fashion menggunakan teknik water soluble embroidery. Texere, 21(2). https://doi.org/10.53298/texere.v21i2.06

Zhang, L., Leung, M. Y., Boriskina, S., & Tao, X. (2023). Advancing life cycle sustainability of textiles through technological innovations. Nature Sustainability, 6, 243–253. https://doi.org/10.1038/s41893-022-01004-5

CC Attribution-ShareAlike 4.0 License.