

BAB I

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Dunia fashion terus tumbuh dan berkembang mengikuti perkembangan jaman dan peradaban dunia. Perkembangan fashion ini juga menumbuhkan banyak industri fashion yang membentuk brand dan jenis bahan baku fashion baru dan beraneka ragam. Dari industri tersebut pasti membawa dampak sisi positif dan negatif terutama pada sisi lingkungan dan keberadaan sustainable produk fashion. Struktur dasar dari industri fashion hingga akhir tahun 1980 adalah kemampuan orang-orang yang berada di dalam industri fashion untuk memprediksikan keinginan pelanggan dan tren fashion ready-to-wear atau produk siap pakai (Guercini, 2001), tetapi semakin berkembangnya zaman semakin banyak perubahan yang terjadi di industri fashion saat ini industri fashion saat ini sangatlah kompetitif dengan adanya pembaruan koleksi secara terus menerus, industri retail fashion mendorong pelanggan mereka untuk terus mengunjungi toko-toko retail mereka dengan ide “here now, gone tomorrow”, hal ini mengindikasikan pendeknya life-cycle dari produk fesyen saat ini (Anguelov, 2021).

Life-cycle adalah perjalanan suatu produk mulai dari peluncuran hingga penarikan kembali dari pasar (Kopp, 2022). Menurut McDonough dan Braungart Life-cycle dari sebuah produk pakaian dimulai dari penggunaan serat hingga masuk kedalam proses produksi tekstil, proses mendesain pakaian, pembuatan pakaian, distribusi, retail (penjualan), use-phase / masa pemakaian hingga berakhir dipembuangan (end life-cycle / akhir masa pemakaian), adanya desain dan manufaktur “Cradle to cradle” ini memiliki tujuan untuk melewati pembuangan dan mendaur ulang serat-serat yang berharga melalui metode manufaktur tertutup/closed loop manufacturing methods (McDonough & Braungart, 2002), Cradle to cradle adalah konsep desain dan produksi semua jenis produk yang pada akhir masa pemakaian (end life-cycle) dapat benar-benar didaur ulang (upcycled) (Sherratt, 2013), oleh karena itu desainer harus merencanakan dan memikirkan dampak dari pakaian yang dibuat disaat proses mendesain (Payne, 2011), untuk mencapai sustainable fashion dalam proses

mendesain desainer harus mengikuti prinsip dari design for the environment (DFE) yaitu proses desain yang melibatkan sisi lingkungan dan juga life-cycle mulai dari masa produksi hingga saat produk tersebut di masa akhir (pembuangan) dari produk tersebut (Ceschin & Gaziulusoy, 2019) menurut (Sustainable Product Policy, n.d.) desainer dapat mengontrol 80% kualitas sustainable melalui penggunaan bahan dasar yang dipilih agar dapat menciptakan produk dengan life-cycle yang panjang.

Pendeknya life-cycle dari produk fashion saat ini memunculkan kekhawatiran yang sering disuarakan oleh aktivis melalui sosial media (Anguelov, 2021), hal ini membuat banyak orang menyadari akan pentingnya merubah kebiasaan berbelanja mereka dan melakukan riset kecil-kecilan mengenai pembelian produk-produk ramah lingkungan maupun sustainable, karena adanya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya produk-produk ramah lingkungan dan sustainable memunculkan adanya tuntutan untuk memproduksi produk fashion yang ramah lingkungan / eco-friendly (SHAFIE et al., 2021), tidak hanya tuntutan untuk memproduksi produk fesyen yang ramah lingkungan tetapi menurut data dan penelitian terbaru dari businesswire lebih dari sepertiga pelanggan atau sebanyak 85% lebih memilih membayar lebih untuk membeli produk sustainable (businesswire). Walaupun sustainable fashion berkembang sangat pesat tetapi sustainable fashion masih dianggap relatif baru dan lintas disiplin makna dari sustainable fashion juga belum didefinisikan dengan benar. Belum adanya definisi atau aturan terhadap sustainable fashion menimbulkan banyak opini, tetapi pemahaman secara umum hal-hal yang diperhatikan dalam sustainable fashion adalah sisi sosial, alam, dan ekonomi “harga” yang dibayar saat produksi serta nilai-nilai sustainable yaitu tempat bekerja yang layak dan langkah-langkah yang diambil untuk mengurangi kerusakan lingkungan (Henninger et al., 2016). Sedangkan menurut Iva Jestratijevic dan Nancy A Rudd untuk menjadi brand fesyen yang sustainable, brand tersebut harus masuk dalam enam bentuk sustainable fashion (Jestratijevic & A Rudd, 2018)

Tabel 1.1.

Sumber (Jestratijevic & A Rudd, 2018)

No	Bentuk <i>Sustainable Fashion</i> (<i>Sustainable Fashion Form</i>)	Kualitas (<i>Qualities</i>)
1.	Dapat terurai secara alami (<i>Biodegradable</i>) atau dapat didaur ulang (<i>Recyclable</i>)	<p>Dapat Terurai Secara Alami (<i>Biodegradable</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Berasal dari alam 2. Dapat terurai secara alami 3. Ramah terhadap lingkungan 4. Ramah pada kulit manusia <p>Dapat di Daur Ulang (<i>Recyclable</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat terurai secara kimiawi 2. Dapat mencegah penumpukan sampah 3. Mengurangi kebutuhan material baru
2.	Barang baru (<i>New Luxury</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diproduksi dalam skala yang kecil 2. Berdasarkan kemampuan unik dari desainer / pengerajin 3. Dibuat khusus atau berukuran pas 4. Tahan lama 5. Berkualitas tinggi 6. Dapat diperbaiki
3.		<ol style="list-style-type: none"> 1. Barang bekas atau sudah

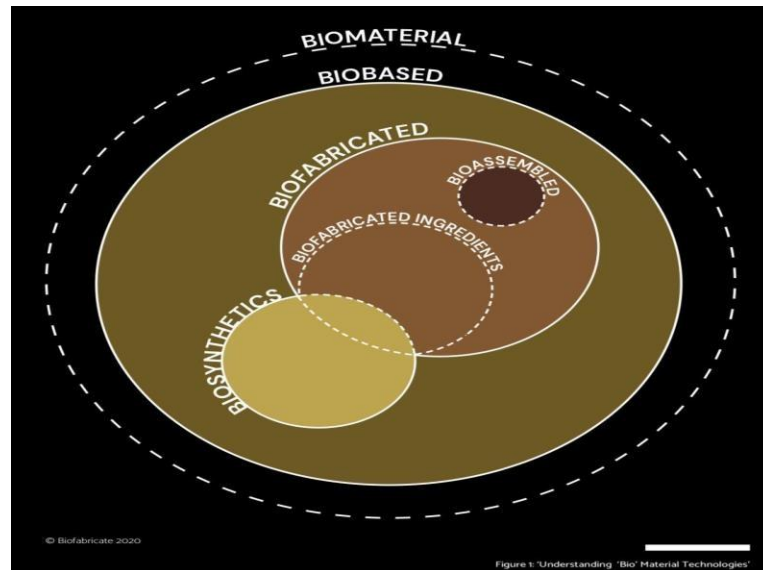
No	Bentuk Sustainable Fashion <i>(Sustainable Fashion Form)</i>	Kualitas (<i>Qualities</i>)
	Barang Bekas Pakai (Tangan kedua / <i>Second-hand</i>) dan Barang Lama (<i>Vintage</i>)	pernah digunakan (<i>Pre-Loved</i>) 2. Terjangkau 3. Barang Unik
4.	Daur ulang (<i>Recycled, Upcycled, Upgraded</i>)	1. Kualitasnya diperbarui 2. Diberikan tujuan baru 3. Memasuki <i>lifecycle</i> baru
5.	Dibuat secara Etis (<i>Ethically made</i>)	1. Bebas eksploitasi 2. Melindungi hak asasi manusia 3. Bersumber dan diproduksi sesuai kaidah umum
6.	Terlegitimasi (<i>Officially certified</i>)	a. Garansi produksi / Keamanan saat digunakan b. Bebas unsur kekerasan saat proses pembuatan c. Tidak berbahaya d. Kualitas teruji

Bagi sebuah *brand fashion* untuk menjadi *sustainable* mereka harus mengikuti kriteria yang ada dan menurut tabel yang ada rata-rata dimulai dari bahan dasar atau kain yang digunakan dalam proses produksi produk pakaian karena jika pakaian dibuat menggunakan bahan yang tidak ramah lingkungan maka produk tersebut dapat berkontribusi terhadap kerusakan lingkungan seperti penggunaan air yang berlebih pada proses pewarnaan, polusi hingga pencemaran lingkungan berupa micro-plastik pada saat dicuci (Yang & Wang, 2020), dengan perubahan pasar ini banyak *brand fast fashion* ternama yang mulai merubah cara memproduksi produk mereka mulai dari menggunakan bahan-bahan ramah lingkungan hingga memiliki visi untuk menjadi *sustainable* dalam waktu-waktu tertentu seperti *brand fast fashion* ternama “Levis” yang menjual produk-produk berbahan denim sudah mulai merubah bahan dasar produk mereka (*Levis Our Value*, n.d.), menurut studi terbaru yang dilakukan denim merupakan bahan yang sangat tidak ramah lingkungan karena saat proses produksi denim menimbulkan banyak dampak buruk bagi lingkungan mulai dari pencemaran air yang diakibatkan oleh proses pewarnaan, polusi udara yang berasal dari katun, abrasive dan kimia serta limbah padat yang berasal dari proses pembuatannya (Uncu Akı et al., 2020) karena tuntutan dari pelanggan dan untuk menjaga pelanggan mereka brand “Levis” melakukan perubahan dengan melakukan rencana untuk memproduksi dan menggunakan katun yang diproduksi secara *sustainable* di tahun 2025 (*thetech flash*) tidak hanya itu “Levis” juga menggunakan material *sustainable* baru yang dikenal dengan “Tencel Lyocell”, material ini diproduksi menggunakan teknologi tinggi sehingga material ini juga dikenal dengan “Water<Less” atau lebih sedikit air, dengan digunakannya material “Tencel Lyocell” ini dapat memuat “Levis” telah menghemat penggunaan air pada saat produksi sebesar 3.5 miliar liter (*Levis Our Value*, n.d.).

Saat ini industri fesyen sudah mulai bereksperimen untuk menemukan bahan-bahan tekstil yang *sustainable* untuk menuju masa depan yang *sustainable* (Bourque, 2022) salah satu eksperimen yang kerap dilakukan adalah inovasi antara penggabungan tekstil dan *biology*, inovasi ini dikenal dengan biomaterial, menurut konferensi internasional yang terjadi di Chester,

Inggris pada tahun 1991 “Biomaterial dapat didefinisikan sebagai material yang dibuat untuk berinteraksi dengan sistem biologis untuk mengevaluasi, mendukung, mengganti jaringan, organ maupun fungsi tubuh”(Lee et al., 2020).

Bio-material dibagi dalam beberapa bagian yaitu *Bio-based*, *Bio-fabricated*, *Bio-assembled* dan *Bio-synthetics*



Gambar 1.1. *Bio Material Diagram*.

Sumber (Lee et al, 2020)

Bio-Based adalah segala hal yang konvensional termasuk bahan kulit yang tidak berasal dari hewan (bahan kulit yang tidak berasal dari hewan adalah bahan kulit yang dari buah, sayur, limbah, polimer sintetis, kain katun atau kain katun yang dicampur dengan *polyester*. *Bio-Fabricated* adalah produksi mikroba yang dibuat untuk bahan alami atau sintetis seperti polimer dengan contoh spesifik nilon dan sutra

Bio-Assembled adalah bahan kulit yang ditumbuhkan menggunakan *mycelium*, bakteri dan sel mamalia. *Bio-Synthetics* adalah produksi bahan kimia untuk polimer sintetis seperti pelopor *nylon* dan *polyester* yang yang didapatkan melalui cara konversi *catalytic biomass* maupun *bio-fabricated* dengan menggunakan mikroba melalui proses fermentasi (Lee et al., 2020).

Perubahan akan terjadi dalam industri fashion jika perusahaan-perusahaan tekstil mulai memproduksi bahan atau kain yang ramah lingkungan, karena semakin banyak pilihan bahan atau kain ramah lingkungan maka perubahan industri *fashion* untuk menjadi *sustainable* (Harmsen et al., 2021).

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah ada kesadaran masyarakat terhadap pentingnya *sustainable fashion*?
- b. Apakah pengetahuan mengenai *sustainable fashion* dapat mempengaruhi niat pembelian *sustainable clothing*?
- c. Untuk mengetahui *customer buying behavior* Masyarakat Indonesia

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang hendak dicapai penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui tingkat kesadaran masyarakat terhadap pentingnya *sustainable fashion*
- b. Untuk mengetahui apakah pengetahuan terhadap *sustainable fashion* dapat mempengaruhi niat pembelian *sustainable clothing*.
- c. Untuk mengetahui *customer buying behavior* masyarakat Indonesia

MANFAAT PENELITIAN

Beberapa manfaat penelitian yang diperoleh dari penelitian tersebut antara lain adalah:

1. Manfaat Teoritis

Mengaplikasikan keilmuan Pendidikan Vokasional Kesejahteraan Keluarga konsentrasi busana dalam studi kasus nyata dilapangan tentang *sustainable fashion* di Indonesia

2. Manfaat Praktis

Memberikan kontribusi nyata tentang pengetahuan yang dimiliki *brand* fesyen di Indonesia terkait *sustainable fashion* dan perilaku masyarakat terhadap adanya *sustainable fashion*

BATASAN MASALAH

Agar penelitian dan pembahasan topik lebih terfokus dengan ruang lingkup yang telah ditentukan, maka ditetapkan beberapa Batasan untuk secara jelas membatasi hal-hal yang dibahas pada penelitian ini, sebagai berikut:

- a. Objek penelitian terbatas pada pengetahuan Masyarakat mengenai *sustainable fashion*
- b. Angket penelitian akan disebarakan secara online melalui *google form* selama 1 minggu pada bulan juni di Indonesia dengan teknik pengambilan sampel acak sederhana (*random sampling*).
- c. Angket penelitian akan di isi oleh orang-orang yang berbelanja pakaian *Ready-to-Wear*.
- d. Angket penelitian akan di isi oleh orang dengan umur 18 tahun hingga 35 tahun.