

DAMPAK FAST FASHION TERHADAP LINGKUNGAN DAN MASYARAKAT: STUDI KASUS BRAND H&M

Ratih Wahyu Pratitis, Rifka Ayu Aprilia Yumarnis

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara
Surabaya

Correspondence

E-mail : Ratihpratitis@gmail.com
rifkaayuapr01@gmail.com

No. Telp:

Submitted 10 januari 2024

Accepted : 17 januari 2024

Published 18 januari 2024

ABSTRAK

Merambat pada dunia fashion mode, Produksi tekstil dunia terus mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Industri pakaian jadi saat ini didominasi oleh *fast fashion* yang mengakibatkan adanya pembelian yang berlebihan, dimana konsumen membeli produk lebih banyak dari yang mereka butuhkan. H&M menjadi merek *fast fashion* industri terbesar kedua setelah Zara dan merupakan merek retail pakaian tertua sejak tahun 1942. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang pandangan dan persepsi masyarakat terhadap dampak *fast fashion* dan upaya yang dilakukan oleh H&M untuk mengurangi dampak negatif tersebut. Bahan pakaian yang digunakan industri *fast fashion* H&M adalah serat sintesis seperti poliester. Sikap boros ini berkontribusi dalam penumpukan limbah tekstil, yang diperkirakan mencapai sekitar 92 juta ton setiap tahunnya. industri ini juga menghabiskan sekitar 79 miliar liter air setiap tahunnya dan limbah air hasil produksi tidak diolah kembali sehingga mencemari perairan dengan racun dan logam berat yang berbahaya bagi kesehatan. Dengan adanya dampak-dampak negatif tersebut, penting bagi masyarakat untuk meningkatkan kesadaran akan konsekuensi dari pola konsumsi *fast fashion* dan mempertimbangkan alternatif yang lebih berkelanjutan. Selain itu, perusahaan *fast fashion* juga perlu bertanggung jawab dalam mengurangi dampak negatif mereka terhadap masyarakat dan lingkungan.

Kata Kunci: Fast fashion, H&M, Lingkungan dan Masyarakat.

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan waktu, turut bermunculan berbagai perubahan baru dan mengganti nilai-nilai lama yang dianggap sudah tak dapat diimplementasikan lagi. Perkembangan waktu membawa masyarakat pada gaya hidup serba praktis dan canggih, sehingga semua dapat dilakukan secara cepat

dan cenderung instan, yang kemudian mendorong adanya eksplorasi dan inovasi di segala aspek kehidupan (Muazimah, 2020: 3). Merambat pada dunia fashion mode, Produksi tekstil dunia terus mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Adanya kebutuhan dasar manusia akan tekstil menyebabkan adanya peningkatan



permintaan tekstil akibat pertumbuhan penduduk global dan peningkatan standar hidup, serta konsumsi yang berlebihan karena adanya tren fast fashion (Yalcin-Enis et al., 2019: 29).

Industri pakaian jadi saat ini didominasi oleh *fast fashion* yang mengakibatkan adanya pembelian yang berlebihan, dimana konsumen membeli produk lebih banyak dari yang mereka butuhkan (Pookulangara & Shephard dalam Yalcin-Enis et al., 2019: 34). Fast fashion memiliki tujuan untuk memasukkan pakaian ke dalam toko dalam waktu sesingkat mungkin (Bruce & Daly, 2006: 330). Fast fashion dapat didefinisikan sebagai penyedia produk busana terbaru yang merespon dengan cepat permintaan konsumen. Dalam proses pengembang produknya, fast fashion hanya membutuhkan waktu beberapa minggu dari desain hingga produk jadi (Yalcin-Enis et al., 2019: 34).

Prinsip utama perusahaan yang menjalankan segmen *fast fashion* yaitu dengan merilis produk dalam jumlah kecil namun sering dilakukan sesuai tren terkini, waktu sirkulasi produk terbatas untuk menekankan eksklusivitas, dilakukan pembaruan produk fashion di outlet-outlet penjualan dengan cepat 2-4 kali dalam sebulan, dan dilakukan penjualan jangka pendek produk fashion di outlet untuk dapat meminimalkan kebutuhan untuk memperkenalkan musim penjualan terhadap produk fashion (Chouprina, 2014: 32). Akibatnya, koleksi pakaian di outlet penjualan terus diperbarui untuk menumbuhkan rasa perlu konsumen dalam mendapatkan potongan fashion terbaru, sehingga meningkatkan permintaan pelanggan dan penjualan produk fashion (Chouprina, 2014: 33). Tingginya permintaan terhadap jumlah produksi pakaian secara

tidak langsung mempengaruhi rantai produksi dan proses panjang yang harus dilakukan. Semakin massal produksi pakaian, maka semakin banyak pula sumber daya alam dan tenaga kerja yang dibutuhkan (Muazimah, 2020: 3).

H&M merupakan salah satu brand fashion multinasional. Bagi kaum menengah ke atas, nama H&M sudah tidak asing lagi terdengar sebagai salah satu nama yang memuncaki merek fashion retail dunia. Rentang waktu 70 tahun menjadi perjalanan panjang perkembangan H&M dari semula bernama Hennes hingga menjadi seutuhnya bernama H&M yang begitu mendunia. H&M (Hennes & Mauritz) adalah perusahaan retail pakaian Swedia, mereka terkenal sebagai brand untuk produk pakaian fast-fashion. Mereka menjual produknya untuk semua kalangan, pria, perempuan, remaja, dan anak-anak. H&M menjadi merek *fast fashion* industri terbesar kedua setelah Zara dan merupakan merek retail pakaian tertua sejak tahun 1942. Tercatat melalui situs resmi H&M (t.t.f), saat ini terdapat total 99 perusahaan industri garmen yang beroperasi, 39 di antaranya merupakan pabrik pemrosesan dan 60 merupakan pabrik manufaktur (Humas, n.d.).



Gambar 1.1 Logo H&M



Sumber: [Wikipedia.com](https://www.wikipedia.com)

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada 3 bulan awal tahun 2019 produksi industri pakaian jadi bertumbuh sebesar 29,19% secara tahunan. Masyarakat semakin konsumtif dibersamai dengan tren fast fashion yang berdampak buruk bagi lingkungan. Karena sifatnya yang cepat dan selalu berganti demi memenuhi kebutuhan pasar serta target harga pakaian yang terjangkau bagi konsumen. Mengutip laman Investopedia, Seringkali industri tekstil fast fashion cenderung memiliki sedikit pengawasan terhadap kondisi kerja atau proses manufaktur, yang mungkin mencemari air, udara, dan tanah. Pencemaran lingkungan dalam merupakan masalah yang seringkali terjadi dalam industri tekstil. Limbah industri tekstil memiliki dampak negatif bagi lingkungan, terutama dengan adanya tren fast fashion. Sehubungan dengan hal diatas tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep fast fashion dan dampak keberlanjutan terhadap lingkungan dan masyarakat akibat berkembangnya industri fast fashion.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari sumber-sumber terpercaya seperti laporan keberlanjutan H&M dan literatur terkait. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis isi untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang berkaitan dengan dampak fast fashion terhadap lingkungan dan masyarakat, serta strategi yang dilakukan oleh H&M untuk mengurangi dampak negatif tersebut. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan pendekatan studi kasus untuk memperdalam

pemahaman tentang strategi keberlanjutan H&M dan dampaknya pada lingkungan dan masyarakat. Dalam penelitian ini, penulis juga menggunakan pendekatan kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang pandangan dan persepsi masyarakat terhadap dampak fast fashion dan upaya yang dilakukan oleh H&M untuk mengurangi dampak negatif tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Fast Fashion

Fast fashion merupakan sebuah konsep yang diterapkan oleh retailer pakaian, dimana arah dan tujuan strategis bisnis mengikuti tren terbaru dengan respons terbaik terhadap permintaan konsumen melalui harga. Sistem fast fashion sendiri adalah sebuah sistem yang dibentuk atas dasar globalisasi dan hal inilah yang nantinya akan menyebabkan budaya konsumerisme pada kalangan pemuda. Fast fashion menyediakan mode terkini dengan cepat dan harga terjangkau yang menyebabkan perusahaan yang tergolong dalam kategori ini masuk dalam segmentasi masa market fashion yang memproduksi pakaian high street dalam jumlah yang besar atau yang diperuntukkan untuk masyarakat luas (Muazimah, 2020). Industri fast fashion, merupakan sebuah industri yang memiliki perkembangan sangat cepat. Secara global industri tersebut memegang 2% dari Gross Domestic Production (GDP) dunia dengan nilai pasar sebesar 3.300 trilliun dolar. Industri fast fashion menargetkan kaum millennial sebagai audience dan menarik para influencer yang memiliki pengaruh besar. Hal ini dibuktikan dari industri fast fashion dengan produk yang ditawarkan sangat bagus dan juga terjangkau. Pada tahun 2018, industri pakaian fast fashion membuat 600-

900 pakaian setiap minggunya. Karena, hal itulah industri fast fashion menjadi penyebab meningkatnya kandungan karbon di atmosfer bumi dengan 25 % pada tahun 2050. Hal ini dikarenakan proses pembuatan pakaian yang sangat cepat dan tidak bisa untuk didaur ulang. Fast fashion langsung menjamur karena ciri khasnya yang berhasil membuat tren pakaian menjadi murah dan mudah didapatkan oleh siapapun dan berbagai kalangan manapun.

H&M merupakan sebuah perusahaan multinasional yang memproduksi busana. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1947 di Swedia. Perusahaan ini menghasilkan berbagai macam produk pakaian. H&M adalah perusahaan fashion yang bergerak dan berfokus pada pelanggan, Kreatif, dan bertanggung jawab. Bagi perusahaan fashion H&M ini, fashion, kesenangan, dan tindakan adalah esensial. Konsep bisnis H&M yakni fashion dan kualitas pada harga terbaik adalah sejelas nilai-nilai yang di dasarkan pada rasa hormat mendasar terhadap setiap individu dan termasuk kepercayaan yang teguh terhadap orang-orang.

Lingkungan

Lingkungan adalah kombinasi antara kondisi fisik yang mencakup keadaan sumber daya alam seperti tanah, air, energi surya, mineral serta flora dan fauna yang tumbuh diatas tanah maupun didalam lautan, dengan kelembagaan yang meliputi ciptaan manusia seperti keputusan bagaimana menggunakan lingkungan fisik tersebut. Menurut Otto Soemarwoto mendefinisikan lingkungan atau lingkungan hidup merupakan segala sesuatu yang ada pada setiap makhluk hidup atau organisme dan berpengaruh pada kehidupannya. Sedangkan menurut Salim Emil, lingkungan hidup adalah segala benda,

kondisi, keadaan dan pengaruh yang terdapat dalam ruangan yang kita tempati dan mempengaruhi hal yang hidup termasuk kehidupan manusia. Lingkungan adalah semua yang ada di sekitar (5. BAB II Lingkungan, n.d.).

Manusia dan lingkungan tidak dapat dipisahkan. Lingkungan juga dimaknai semua hal di luar diri. Lingkungan dapat dijadikan sebagai bahan belajar. Bagi manusia, lingkungan adalah segala sesuatu yang ada di sekitarnya seperti benda dan orang yang berbeda. Otto Somarwoto, mencirikan lingkungan yakni segala sesuatu yang mempengaruhi kehidupan kita. Selanjutnya, S.T. Munajat Danusyaputro, lingkungan adalah segala keadaan termasuk orang dan kegiatannya dan mempengaruhi kehidupan manusia. Selain itu, A.L. Selamat Riyadi, lingkungan adalah ilmu karena dapat menerapkan disiplin ilmu yang berbeda melalui cara biologis untuk menangani masalah lingkungan yang ditimbulkan oleh gerakan manusia itu sendiri. Secara sosial kultural, lingkungan berisi semua dengan perlakuan atau pekerjaan orang lain. Desain kehidupan sehari-hari, afiliasi kelompok, cara hidup daerah setempat, pembelajaran yang berhasil, menunjukkan pelatihan, arahan dan bimbingan diartikan sebagai lingkungan.¹³ Lingkungan dapat pula diartikan sebagai kerangka rumit di luar diri seseorang yang berdampak ke perkembangan dan pertumbuhan makhluk hidup.¹⁴ Dapat diimpulkan bahwa lingkungan merupakan ruang atau tempat yang terlibat oleh setiap makhluk hidup yang saling mempengaruhi dan berhubungan satu sama lain.

Masyarakat

Masyarakat merupakan manusia yang senantiasa berhubungan (berinteraksi)



dengan manusia lain dalam suatu kelompok (Setiadi, 2013: 5). Kehidupan masyarakat yang selalu berubah (dinamis) merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindari. Semua warga masyarakat merupakan manusia yang hidup bersama, hidup bersama dapat diartikan sama dengan hidup dalam suatu tatanan pergaulan dan keadaan ini akan tercipta apabila manusia melakukan hubungan, Mac Iver dan Page (dalam Soerjono Soekanto 2006: 22), memaparkan bahwa masyarakat adalah suatu sistem dari kebiasaan, tata cara, 19 dari wewenang dan kerja sama antara berbagai kelompok, penggolongan, dan pengawasan tingkah laku serta kebiasaan-kebiasaan manusia. Masyarakat merupakan suatu bentuk kehidupan bersama untuk jangka waktu yang cukup lama sehingga menghasilkan suatu adat istiadat, menurut Ralph Linton (dalam Soerjono Soekanto, 2006: 22) masyarakat merupakan setiap kelompok manusia yang telah hidup dan bekerja bersama cukup lama, sehingga mereka dapat mengatur diri mereka dan menganggap diri mereka sebagai suatu kesatuan sosial dengan batas-batas yang dirumuskan dengan jelas sedangkan masyarakat menurut Selo Soemardjan (dalam Soerjono Soekanto, 2006: 22) adalah orang-orang yang hidup bersama yang menghasilkan kebudayaan dan mereka mempunyai kesamaan wilayah, identitas, mempunyai kebiasaan, tradisi, sikap, dan perasaan persatuan yang diikat oleh kesamaan.

Menurut Emile Durkheim (dalam Soleman B. Taneko, 1984: 11) bahwa masyarakat merupakan suatu kenyataan yang obyektif secara mandiri, bebas dari individu-individu yang merupakan anggota-anggotanya. Masyarakat sebagai sekumpulan manusia didalamnya ada beberapa unsur yang mencakup. Adapun unsur-unsur tersebut adalah:

1. Masyarakat merupakan manusia yang hidup bersama
2. Bercampur untuk waktu yang cukup lama
3. Mereka sadar bahwa mereka merupakan suatu kesatuan
4. Mereka merupakan suatu sistem hidup bersama.

Manusia akan bertemu dengan manusia lainnya dalam sebuah masyarakat dengan peran yang berbeda-beda, sebagai contoh ketika seseorang melakukan perjalanan wisata, pasti kita akan bertemu dengan sebuah sistem wisata antara lain biro wisata, pengelola wisata, pendamping perjalanan wisata, rumah makan, penginapan dan lain-lain. Terbentuknya kelompok sosial atau masyarakat dikarenakan manusiamanusia menggunakan pikiran, perasaan, dan keinginannya dalam memberikan reaksi terhadap lingkungannya. Manusia mempunyai naluri untuk selalu berhubungan dengan sesamanya. Hubungan yang berkesinambungan dan terus menerus ini menghasilkan pola pergaulan yang disebut pola interaksi sosial. Bisa dikatakan bahwa masyarakat adalah sekumpulan manusia yang berinteraksi dalam suatu hubungan sosial. Mereka mempunyai kesamaan budaya, wilayah, dan identitas, mempunyai kebiasaan, tradisi, sikap, dan perasaan persatuan yang diikat oleh kesamaan (56331-ID-Dinamika-Masyarakat-Sebagai-Sumber-Belaj, n.d.).

PEMBAHASAN

Industri fast fashion yang dapat dikatakan sebagai lambang dari kesuksesan industri fashion dan tekstil menyimpan sebuah harga yang harus dibayar. Berkembangnya industri fast fashion yang menekankan pada kecepatan, kuantitas, dan



ukuran ini, mendorong naiknya budaya konsumsi, yang akan menyebabkan terjadinya masalah terhadap kesejahteraan manusia, seperti perdagangan yang tidak adil, pemanasan global, polusi, dan peningkatan jumlah sampah (Nidia & Suhartini, 2020).

Industri fast fashion H&M memiliki dampak negatif terhadap lingkungan. Di balik harga jualnya yang murah, nyatanya ada harga sangat mahal yang harus dibayar oleh lingkungan sebagai dampak dari *fast fashion*.

Dilansir dari www.fastcompany.com, industri pakaian menempati urutan kedua sebagai industri yang menghasilkan limbah terbanyak karena merusak lingkungan. Dengan maraknya *fast fashion*, industri pakaian pun kerap secara terus-menerus memproduksi model pakaian yang sedang populer. Hal tersebut dapat menimbulkan adanya kerusakan lingkungan.

Industri fast fashion mendorong overproduction, yang berkontribusi pada penumpukan sampah limbah akibat naiknya konsumsi produk. Hal ini juga berdampak pada peningkatan produksi dunia fashion yang diprediksi akan meningkat tiga kali lipat pada tahun 2050. Bahan pakaian yang digunakan industri *fast fashion* H&M adalah serat sintetis seperti poliester. Bahan-bahan ini menjadi sumber utama karena membutuhkan biaya yang murah untuk diproduksi. Poliester diproduksi dari polietilena tereftalat (PET), yaitu sejenis plastik yang berasal dari bahan bakar fosil. Poliester tidak dapat terurai secara hayati yang dapat merusak ekosistem. Cepatnya pergantian tren pakaian serta kualitas pakaian *fast fashion* yang kurang baik membuat konsumen menjadi sering berbelanja dan dengan mudahnya membuang pakaian yang sudah tidak dipakai. Sikap boros ini berkontribusi dalam penumpukan

limbah tekstil, yang diperkirakan mencapai sekitar 92 juta ton setiap tahunnya. Limbah tekstil ini biasanya dibakar atau dibuang begitu saja ke tempat pembuangan akhir dan hanya kurang dari 1% yang didaur ulang.



Gambar 1.2 Pencemaran Limbah Pakaian

Sumber:

<https://images.app.goo.gl/DdWsJAKkpTNa0qdv8>

Industri *fast fashion* H&M juga memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap air. Air dalam jumlah besar dibutuhkan saat proses mewarnai hingga mencuci pakaian. Dibutuhkan sekitar 700 galon untuk memproduksi sebuah kemeja katun dan 2.000 galon air untuk memproduksi celana *jeans*. Secara global, industri ini menghabiskan sekitar 79 miliar liter air setiap tahunnya. Selanjutnya limbah air hasil produksi yang tidak diolah kembali dapat mencemari perairan dengan racun dan logam berat yang berbahaya bagi kesehatan. Perairan yang tercemar bahan kimia akan mengancam kehidupan biota di aliran Sungai. Kerusakan yang terjadi berupa kecacatan hingga kematian ikan. Selain itu, penggunaan air Sungai Citarum untuk mandi dan mencuci baju oleh warga sekitar juga berpotensi memunculkan berbagai penyakit (Basiroen et al., n.d.).





Gambar 1.3 Dampak Limba Tekstil
Sumber: <https://images.app.goo.gl/Zaq41mZ4eHPvv4YF9>

Fenomena fast fashion telah mendorong budaya konsumerisme di kalangan masyarakat, terutama generasi muda. Pola konsumtif yang berlebihan ini dapat menyebabkan ketidakpuasan dan sifat boros dalam berbelanja. Fast fashion mendorong pola konsumsi yang tidak berkelanjutan, di mana konsumen cenderung membeli pakaian baru secara terus-menerus. Fast fashion sendiri dapat mempengaruhi kesehatan mental konsumen, karena konsumen sering merasa kesulitan menemukan produk yang sesuai dengan keinginan mereka atau sering melihat produk yang lebih trendy dan berkualitas tinggi (Lukmanul Hakim & Yuniarti Rusadi, n.d.).

Tanpa disadari, kita sering melakukan pembelian yang tidak dibutuhkan akibat perilaku impulsif. Contohnya ketika kita sedang membuka media sosial dan melihat ada baju yang kita inginkan, kemudian tanpa pikir panjang, kita langsung membeli baju tersebut. Padahal kondisi tersebut bisa jadi hanya keinginan sesaat saja dan kita tidak membutuhkannya. Sehingga hal ini menjadi pemicu kita kepada gaya hidup boros. Demi memenuhi gaya hidup tersebut, banyak yang rela untuk berhutang dan mengesampingkan kebutuhan utama. Dengan kondisi seperti itu,

tentunya bukan hanya kehidupan finansial kita yang akan terganggu, tapi juga kesehatan kita. Selain mengakibatkan stress karena terlilit hutang, perilaku impulsif dan gaya hidup boros juga akan membuat kita selalu merasa kekurangan, karena ketidakbijaksanaan yang kita lakukan dalam mengeluarkan uang (Fakultas Ekonomi, n.d.).

Selain itu fast fashion juga menimbulkan perilaku kriminalitas seperti contoh kasus Dua Warga Negara (WN) yang diamankan di sebuah mall di Surabaya. Dua warga negara asing tersebut kedapatan mencuri pakaian dan sepatu di outlet H&M. WNA tersebut mencuri di Tunjungan Plaza (TP) Surabaya.



Gambar 1.4
Link Berita: <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-4179171/sengaja-datang-ke-surabaya-untuk-mencuri-2-wn-aljazair-diamankan>

Dengan adanya dampak-dampak negatif tersebut, penting bagi masyarakat untuk meningkatkan kesadaran akan konsekuensi dari pola konsumsi fast fashion dan mempertimbangkan alternatif yang lebih berkelanjutan. Selain itu, perusahaan fast fashion juga perlu bertanggung jawab dalam



mengurangi dampak negatif mereka terhadap masyarakat dan lingkungan.

KESIMPULAN

H&M merupakan perusahaan *fast fashion* yang memproduksi baju dari tekstil ditandai dengan pertumbuhan pesat dan harga tinggi, namun menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan dan kesehatan manusia. Produksi berlebih berkontribusi terhadap menipisnya sumber daya alam, menyebabkan pemanasan global dan polusi. Industri ini terkenal memproduksi model-model populer yang dapat menyebabkan kerusakan lingkungan seperti penggunaan bahan sintesis seperti plastik, yang berkontribusi terhadap produksi berlebihan dan berkontribusi terhadap penumpukan sampah limbah. Industri *fast fashion* juga dapat berdampak negatif terhadap kesehatan mental konsumen, karena mereka cenderung membeli produk yang sesuai dengan keinginan mereka atau lebih menyukai produk yang trendi dan berkualitas tinggi. Hal ini berdampak negatif terhadap kesejahteraan dan stabilitas keuangan mereka secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

5.%20BAB%20II lingkungan. (n.d.).

56331-ID-dinamika-masyarakat-sebagai-sumber-belaj. (n.d.).

Basiroen, V. J., Wahidiat, M. P., & Kalinemas, A. (n.d.). *DAMPAK LINGKUNGAN DARI FAST FASHION: MENINGKATKAN KESADARAN DI KALANGAN MILENIAL MELALUI MEDIA SOSIAL.*

Fakultas Ekonomi, N. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAPKEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FAST FASHION BRAND H&M GALLAXY MALL BEKASI.*

Humas, K. (n.d.). *Strategi H&M Untuk Mengatasi Dampak Negatif Industri Fast Fashion.*

Lukmanul Hakim, A., & Yuniarti Rusadi, E. (n.d.). *Kritik Globalisasi: Fenomena Fast Fashion Sebagai Budaya Konsumerisme Pada Kalangan Pemuda Kota Surabaya* (Vol. 4, Issue 2).

