

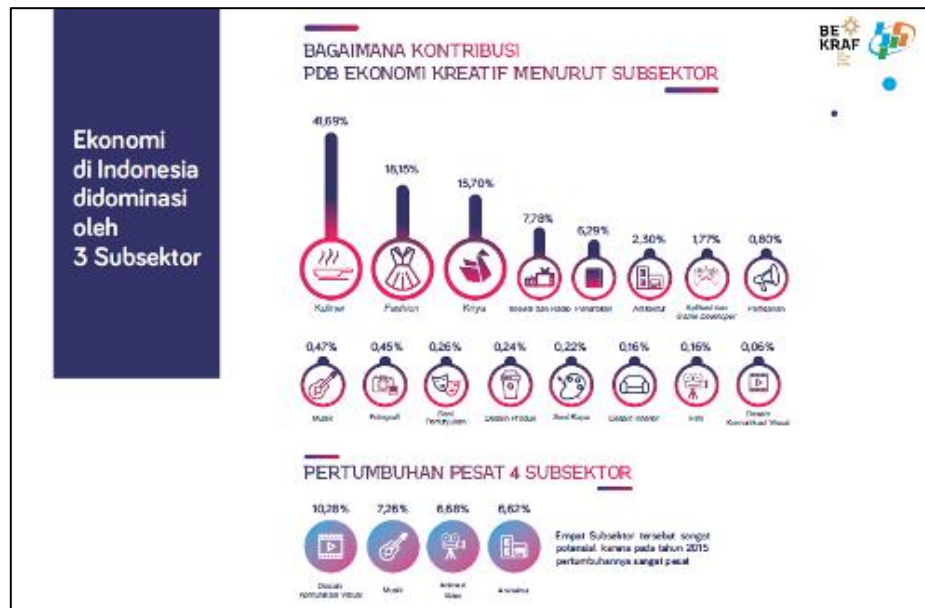
BAB I

Pendahuluan

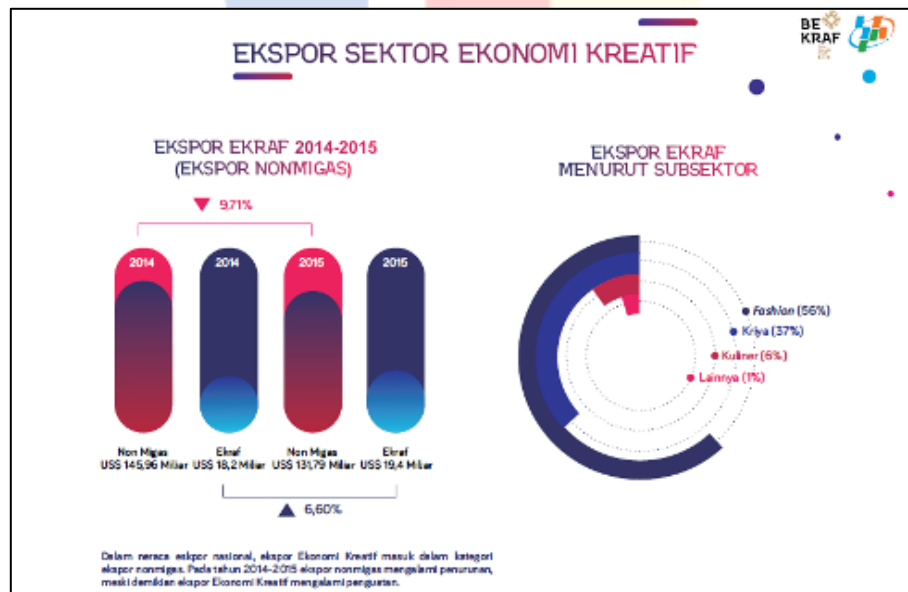
I.1 Latar Belakang

Industri ekonomi kreatif merupakan salah satu penyumbang pendapatan produk domestik bruto (PDB) terbesar untuk perekonomian Indonesia di masa pandemi berlangsung. Pada tahun 2020 lalu, industri ekonomi kreatif menyumbang sebesar Rp. 1.100 triliun pada pendapatan produk domestik bruto (PDB) (Focus Economy Outlook dalam Tempo, 2022). Dari industri ekonomi kreatif ini memiliki beberapa sektor salah satunya sektor tekstil dan pakaian yang merupakan penyumbang ekonomi kreatif terbesar kedua setelah sektor kuliner (Badan Ekonomi Kreatif dalam Pelaku Bisnis, 2018). Industri tekstil dan pakaian ini merupakan penyumbang terbesar produk domestik bruto (PDB) kedua dengan kontribusi 17 persen dan memiliki nilai ekspor sebesar US\$11,9 Miliar (Badan Pusat Statistik, 2020). Industri tekstil dan pakaian Indonesia mengalami peningkatan sebesar 15,35 persen di tengah tekanan kondisi ekonomi global dan nilai produk domestik bruto (PDB) industri tekstil dan produk tekstil meningkat 18,67 persen atau setara dengan Rp 200,02 triliun (Kementerian Perindustrian Indonesia, 2019). Hal ini juga didukung dengan meningkatnya angka produksi industri fesyen menjadi dua kali lipat dibandingkan tahun 2010 lalu (World Economic Forum, 2020). Selain itu, Sandiaga Uno (2022) menekankan bahwa produk-produk yang dihasilkan oleh para pelaku usaha Indonesia dinilai mampu mendunia karena Indonesia merupakan urutan ketiga dengan produksi produk ekonomi kreatif setelah Amerika Serikat dan Korea Selatan dengan memanfaatkan perkembangan industri digital yang menciptakan delapan juta pelaku usaha ekonomi kreatif Indonesia. Dikarenakan banyaknya potensi dari ekonomi kreatif ini baik untuk kegiatan ekspor bahkan pangsa pasar lokal yang sangat besar diyakini masih sangat tinggi untuk meningkatkan perekonomian negara dan minat masyarakat yang terus meningkat dari tahun ke tahun dalam mengikuti tren *fast-fashion* membuat pemerintah semakin mendorong para pelaku usaha untuk terus berjuang dalam mengembangkan

usahanya di bidang ini.



Gambar I.1 Ekonomi di Indonesia di dominasi oleh tiga Sub-sektor. (Sumber: Badan Ekonomi Kreatif Indonesia dalam Pelaku Bisnis, 2018)



Gambar I.2 Ekspor Sektor Ekonomi Kreatif. (Sumber: Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, 2017)

Di industri tekstil dan pakaian dikenal dengan dua mode yaitu *slow-fashion* dan *fast-fashion*. Perbedaan dari *slow-fashion* dan *fast-fashion* ada pada titik prioritas yang diutamakan. Titik prioritas dari *slow-fashion* merupakan ketahanan dan kualitas dari produk itu sendiri, sedangkan titik prioritas dari *fast-fashion* merupakan produksi yang cepat dan kuantitas massal sehingga memiliki model fesyen yang silih berganti dalam kurun waktu singkat (Zero Waste, 2021). Data menunjukkan bahwa industri fesyen dengan segmentasi sedang dan besar memiliki pertumbuhan tertinggi pada angka produksinya dibandingkan dengan industri sektor lainnya pada kuartal I tahun 2019 lalu (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2019). Selain itu, industri fesyen mengalami pertumbuhan produksi hingga 29,19 persen pada tiga bulan pertama di tahun 2019 (Badan Pusat Statistik, 2019), angka ini menunjukkan industri fesyen berada pada tingkat kedua tertinggi setelah industri perabotan. Hal ini juga didukung oleh pernyataan, industri fesyen akan terus mengalami pertumbuhan positif dikarenakan oleh konsumen yang ingin tampil *fashionable* dan konsumtif (Ismy, 2019). Serta, dengan perkembangan *fast-fashion* dan teknologi, kebanyakan dari masyarakat menyondong ke arah konsumsi *fast-fashion* dikarenakan kemudahan akses, ketersediaan produk yang melimpah, pengaruh tren sekitar, dan harga yang terjangkau (Ismy, 2019). Yang berarti para pelaku usaha di industri fesyen ini menciptakan momen sendiri dalam membujuk konsumen untuk melakukan pembelian produk dengan model terbaru secara terus-menerus dikarenakan model yang dihasilkan selalu mengikuti perkembangan fesyen dan peluncuran produk terbilang cepat tanpa perlu mengikuti iklim. McKinsey (2019) menyatakan bahwa hal ini didukung oleh peningkatan jumlah konsumsi produk fesyen dengan rata-rata kenaikan 60 persen di setiap tahunnya. Sebelum pandemi COVID-19 berlangsung masyarakat sangat meminati produk fesyen berbagai gerai di pusat perbelanjaan. Gerai ritel *fast-fashion* besar seperti H&M dan Uniqlo tersebar di seluruh dunia dengan ribuan gerai, Uniqlo membuka 100 gerai di China setiap tahunnya (Fastretailing, Statista, dan Inditex, 2019). Akan tetapi, ketika pandemi COVID-19 berlangsung dan diiringi dengan peraturan pemerintah untuk melakukan berbagai kegiatan dari rumah memicu peningkatan kepercayaan

konsumen akan *platform e-commerce* sehingga pola konsumsi masyarakat berubah. Hasil riset menunjukkan produk terlaris di *e-commerce* Indonesia pada tahun 2020 kuartal III di dominasi oleh produk pakaian dengan persentase 59 persen di Shopee, 41 persen di JD.ID, 40 persen di Lazada, 33 persen di Tokopedia, 28 persen di Blibli.com, dan 26 persen di Bukalapak baik produk pakaian wanita maupun pria (MarkPlus, Inc., 2020). Serta, ditambah dengan data dari Zalora menunjukkan bahwa terdiri dari 74 persen minat konsumen membeli produk *top*, 63 persen produk hijab, 48 persen produk *bottom* atau *pants*, 36 persen produk pakaian rumah, 27 persen produk sepatu, 22 persen produk pakaian dalam, 14 persen produk olahraga, 14 persen produk aksesoris, 2 persen produk lain-lain (ZALORA Indonesia, 2022). Dari data di atas dapat dilihat bahwa perspektif berbagai *e-commerce* menunjukkan produk fesyen sangat diminati oleh masyarakat.

Jika dilihat dari data-data di atas, pertumbuhan dari industri fesyen sangat berpengaruh positif pada perekonomian di Indonesia. Akan tetapi, tidak dapat dipungkiri bahwa industri fesyen juga memiliki dampak negatif bagi lingkungan. Dampak negatif yang dihasilkan tidak hanya berada pada muara saja tetapi juga pada proses hulunya. Yang dimaksud dampak pada muara adalah ketika produk pakaian ini sudah tidak digunakan dan berada di tempat pembuangan limbah. Sedangkan, yang dimaksud dampak pada hulu adalah kegiatan dalam mengolah serat dasar pakaian, proses pemilihan, dan penyusunan kain untuk pakaian, hingga kegiatan dalam pembuatan dan pencucian pakaiannya sendiri. Yang berarti, dari proses kegiatan pembuatan pakaian tersebut menghasilkan zat karbon-dioksida (CO₂) yang sangat tinggi sehingga membuat industri fesyen berada pada posisi kedua terbesar dalam pencemaran lingkungan dan penyumbang polusi setelah industri minyak di dunia (Fashion Industry Waste Statistics Edge Expo dalam Zero Waste, 2022). Tidak hanya sampai di situ, hal ini juga disetujui oleh World Wild Fund dan National Geographic pada pembuatan video “*Make Each Choice Count*” (2013) yang juga menyatakan fakta bahwa pembuatan satu kaos katun membutuhkan 2.700 liter air atau setara dengan air minum untuk satu orang selama 2,5 tahun dan pembuatan setengah kilogram benang kain membutuhkan total kurang lebih 50 liter air. Ditambah informasi dari Boston

Consulting Group (2015), menyatakan industri tekstil dan pakaian secara global diketahui menghabiskan minimal 79 miliar meter kubik air bersih dalam pembuatannya, menghasilkan 1.750 juta ton karbon-dioksida (CO₂), dan melepaskan 92 juta ton sampah per tahunnya yang berarti setara dengan satu mobil truk sampah di setiap detiknya. Namun, sangat disayangkan data yang ditunjukkan oleh Indonesia *Circular Forum* (2020) terlihat sebanyak 470.000 ton tekstil tidak digunakan secara maksimal dan berujung menjadi limbah di tempat pembuangan akhir tanpa di proses terlebih dahulu. Dari sisi Jakarta sendiri, terhitung dari 57 persen limbah terdapat 8,2 persen yang merupakan limbah dari hasil industri tekstil (National Geographic, 2020). Diperkirakan juga 35 persen dari keseluruhan potongan kecil plastik yang tidak dapat diurai (mikro-plastik) yang bertebaran di laut berasal dari pencucian tekstil sintetis (International Union for Conservation of Nature 2017 dalam Green Alley, 2021). Hal ini juga didukung dengan data secara global industri fesyen menghasilkan setengah juta ton serat mikro sintesis yang dibuang ke laut setiap tahunnya (Perserikatan Bangsa-Bangsa, 2018). Jika dilihat dari kegiatan nyata pada tahun 2018 lalu yang diselenggarakan oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan serta komunitas Zero Waste Indonesia dengan mengikuti acara yang diadakan di Pantai Ancol Timur dalam kampanye aktivitas pembersihan lingkungan dengan tema Campaign Activation Tukar Baju Zero Waste Indonesia, ditemukan sebanyak 81 persen sampah pakaian. Hal ini tidak sesuai dengan dugaan yang memperkirakan bahwa sampah-sampah plastik akan mendominasi, hal tersebut juga berlaku sama pada tahun 2020 di Pulau Saprua, Maluku dengan tema aktivitas serupa. Namun, pihak Zero Waste (2020) menyatakan hal ini menimbulkan dukungan dan kontra dikarenakan hampir 85 persen produk fesyen tidak didaur ulang kembali sehingga berdampak pada peningkatan emisi karbon lingkungan. Selain itu, *A New Textiles Economy: Redesigning Fashion's Future* (2020) memperkirakan dampak negatif yang ditimbulkan oleh industri fesyen akan meningkat secara drastis di tahun 2050 jika masyarakat tetap bertahan dalam pola konsumsi yang impulsif terhadap produk fesyen. Oleh karena itu, hal ini menunjukkan bahwa jika tren *fast-fashion* terus terjadi maka produksi pakaian secara masif akan berelasi dengan

ketersediaan air dunia dan produksi emisi karbon akan meningkat secara drastis. Kesimpulan yang dapat diambil adalah limbah dari industri tekstil dan pakaian tidak hanya berdampak secara langsung terhadap lingkup terdekat, namun juga berdampak dalam skala yang sangat luas dengan skala waktu panjang.

Saat ini ada beberapa penelitian di Indonesia mengenai perkembangan dan peluang dari industri *fast-fashion* sendiri akan tetapi masih sangat minim penelitian tentang kemungkinan peluang dari produk fesyen *sustainable* yang dapat dimunculkan oleh perkembangan teknologi seperti; cara pengolahan limbah tekstil untuk didaur-ulang kembali, bantuan media sosial dan teknik pemasaran yang memanfaatkan para *influencer*. Dari penjelasan di atas dan ditambah dengan isu sosial yang semakin meningkat di masyarakat beberapa waktu terakhir ini mengenai pemanasan global, kerusakan bumi, kekurangan dan kepunahan sumber daya alam, penumpukan limbah tekstil, hingga peringatan dari peneliti bumi mengenai pengikisan lapisan bumi yang semakin tidak terkontrol yang dinyatakan oleh Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG) pada 2021 lalu. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu mengenai seberapa besar pengaruh gaya hidup yang dilakukan oleh masyarakat terhadap minat beli pada produk fesyen *sustainable* di *e-commerce* Indonesia. Jika dilihat dari data-data yang tertera di atas, penelitian ini berfokus pada *e-commerce* dikarenakan oleh pengguna *e-commerce* semakin meningkat pesat di setiap tahunnya yang berarti pasar *online* menjadi lebih besar dan berpeluang tinggi dengan segmentasi global. Ditambah kondisi pandemi COVID-19 yang membuat perubahan pola perilaku berbelanja masyarakat dari sistem pasar *offline* menjadi pasar *online*. Dan banyak dari masyarakat sudah terbiasa dengan pola hidup yang didominasi di dalam rumah daripada kegiatan di luar rumah. Diharapkan dari permasalahan tersebut, penelitian ini dapat mendorong para pelaku usaha untuk ikut serta dalam menahan kerusakan lingkungan, kekurangan dan kepunahan sumber daya alam, dan laju limbah tekstil yang dihasilkan dari produk fesyen lokal dengan pemakaian jangka pendek karena kesadaran masyarakat yang masih cukup minim mengenai bahayanya mengikuti tren *fast-fashion*.

I.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas dapat disimpulkan bahwa permasalahan limbah tekstil dimulai dari perputaran tren fesyen masyarakat hingga pengolahan limbah tidak seimbang sehingga terjadi ketimpangan antara lingkungan dan tenaga kerja di industri *sustainable* dengan upah yang terbilang sangat kecil. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan masyarakat yang lebih mengonsumsi produk *fast-fashion* dan skala pasar yang kecil karena kurangnya sarana bagi pelaku usaha dan calon konsumen. Yang sebenarnya, jika diperdalam industri fesyen *sustainable* memiliki peluang yang sangat luas dan tidak memerlukan modal usaha yang besar dikarenakan dapat memanfaatkan limbah tekstil yang tertumpuk saat ini sebagai bahan baku utama produksi serta kompetitor yang masih sangat minim. Bahkan, pemerintah saat ini sangat mendukung UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dan pelaku-pelaku usaha *sustainable* dengan berbagai programnya, salah satunya adalah pendanaan untuk UMKM dan program *Sustainable Development Goals* (SDGs) yang merupakan salah satu rencana kegiatan nyata secara global yang telah disepakati oleh pemimpin-pemimpin dari berbagai negara, termasuk Indonesia, dengan tujuan untuk melindungi lingkungan, mengurangi kesenjangan, dan mengakhiri kemiskinan.

Oleh karena itu, penelitian ini mengambil rumusan masalah mengenai bagaimana peranan gaya hidup dalam memengaruhi minat beli produk fesyen *sustainable* di *e-commerce* Indonesia. Dengan demikian, diperlukan berbagai variabel penelitian yang dapat menjawab seberapa besar peranan tersebut.

I.3 Tujuan Penelitian

Dengan melihat rumusan masalah dari penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini antara lain;

1. Mengetahui seberapa besar pengaruh perilaku konsumen dalam dimensi aktivitas (*activities*) terhadap minat beli (*purchase intention*) konsumen dalam industri *sustainable*.
2. Mengetahui seberapa besar pengaruh perilaku konsumen dalam dimensi

minat (*interest*) terhadap minat beli (*purchase intention*) konsumen dalam industri *sustainable*.

3. Mengetahui seberapa besar pengaruh perilaku konsumen dalam dimensi opini (*opinions*) terhadap minat beli (*purchase intention*) konsumen dalam industri *sustainable*.

I.4 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat praktis yang diharapkan antara lain;

1. Akademis

Bagi kalangan akademis diharapkan dapat menjadi bahan kajian dan referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang, khususnya bagi penelitian dalam cakupan pemerhati pengaruh gaya hidup masyarakat dan penelitian produk *sustainable*.

2. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) diharapkan dapat mengambil peluang dari kesimpulan penelitian ini untuk ikut ambil andil di industri *sustainable* sehingga dapat menciptakan tren fesyen *sustainable* baru di masyarakat dengan pemanfaatan gaya hidup masyarakat.

3. Sosial

Bagi masyarakat dengan ekonomi menengah ke bawah diharapkan dapat mendapatkan ruang pekerjaan baru ditambah dalam kondisi pandemi COVID-19 banyak masyarakat kehilangan pekerjaan dan kesulitan mencari pekerjaan. Dan untuk bumi kita diharapkan dapat mengurangi jumlah limbah yang ada sehingga perubahan-perubahan iklim yang ada dapat kembali seperti sedia kala.