

TRANSFORMASI MODEL BISNIS *FAST FASHION* DI INDONESIA SERTA PENGARUHNYA TERHADAP STRUKTUR DAN DINAMIKA INDUSTRI GARMEN LOKAL

Nurul Anwar^{1*}

¹ Teknik Pembuatan Garmen, Akademi Komunitas Industri Tekstil dan Produk Tekstil Surakarta

*Email: anwar.kemenperin@gmail.com

ABSTRAK

Industri garmen Indonesia menghadapi tekanan besar akibat transformasi model bisnis *fast fashion* global yang menekankan produksi cepat, rotasi desain tinggi, dan distribusi digital. Kehadiran merek global seperti Zara, H&M, dan Uniqlo sejak awal 2010-an mengubah pola konsumsi masyarakat urban, terutama generasi muda, dari belanja musiman ke konsumsi impulsif berulang. Perubahan ini mempercepat siklus tren, menurunkan loyalitas pada produk lokal, dan meningkatkan persaingan di sektor garmen nasional. Penelitian ini bertujuan menganalisis dampak transformasi model bisnis *fast fashion* terhadap struktur dan dinamika industri garmen lokal, terutama UKM dan pekerja perempuan. Metode yang digunakan adalah kualitatif-deskriptif berbasis studi kasus dengan analisis data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penetrasi *fast fashion* memicu restrukturisasi signifikan pada industri garmen lokal, dengan UKM mengalami penurunan produksi hingga 30% dalam lima tahun terakhir akibat keterbatasan modal, teknologi, dan adaptasi pasar. Sementara perusahaan besar mampu bertahan melalui adopsi strategi *fast fashion*, UKM cenderung terpinggirkan dan menjadi subkontraktor tanpa kemandirian desain maupun distribusi. Secara sosial, tekanan produksi cepat memperburuk kondisi kerja buruh perempuan yang mendominasi sektor ini, melalui jam kerja panjang, sistem kontrak fleksibel, dan minim perlindungan sosial. Dari sisi lingkungan, produksi massal *fast fashion* meningkatkan limbah tekstil, polusi air, dan emisi karbon. Penelitian merekomendasikan intervensi kebijakan terintegrasi untuk memperkuat kapasitas UKM, perlindungan tenaga kerja, serta mendorong praktik industri yang lebih etis, berkelanjutan, dan adaptif terhadap globalisasi.

Kata Kunci: *fast fashion*; UKM; industri garmen; keberlanjutan; kebijakan industri

PENDAHULUAN

Industri garmen merupakan sektor strategis dalam perekonomian Indonesia dengan kontribusi signifikan terhadap PDB, penyerapan tenaga kerja, dan nilai ekspor nasional. Pada 2023, sektor ini menyumbang sekitar 7% dari total ekspor Indonesia, mencapai USD 14 miliar (Kementerian Perindustrian RI, 2024). Namun, dua dekade terakhir, industri nasional menghadapi tekanan besar akibat perubahan model bisnis global, khususnya *fast fashion* yang mengedepankan siklus produksi cepat, rotasi desain tinggi, dan distribusi berbasis teknologi digital.

Masuknya merek global seperti Zara, H&M, dan Uniqlo sejak awal 2010-an mempercepat perubahan pola konsumsi masyarakat urban, terutama generasi muda yang kini mengutamakan tren, kecepatan, dan keterjangkauan. Hal ini mendorong produsen lokal, khususnya UKM, untuk menyesuaikan model bisnis, meskipun masih terkendala modal, teknologi, dan kapasitas produksi. Data menunjukkan UKM mengalami penurunan produksi hingga 30% dalam lima tahun terakhir karena tidak mampu mengikuti dinamika pasar dan percepatan tren *fast fashion*.

Selain tantangan ekonomi, ekspansi *fast fashion* juga menimbulkan dampak sosial dan lingkungan yang serius. Industri garmen didominasi pekerja perempuan usia produktif yang rentan terhadap jam kerja panjang, kontrak tidak tetap, upah rendah, dan minim perlindungan sosial. Laporan ILO (2023) menyebutkan 62% pekerja perempuan di sektor ini tidak memiliki akses asuransi kesehatan atau tunjangan maternitas, serta menghadapi risiko stres kerja akibat tekanan produksi. Dari sisi lingkungan, produksi *fast fashion* menghasilkan limbah tekstil yang signifikan, polusi air, dan emisi karbon, terutama di sentra industri seperti Bandung, Pekalongan, dan Solo. Lebih dari 40% limbah cair tekstil di Jawa Barat melampaui baku mutu lingkungan, sementara tingkat daur ulang limbah tekstil masih sangat rendah. Upaya adaptasi seperti ekonomi sirkular dan

kampanye *thrifting* mulai berkembang, namun adopsi di kalangan UKM masih terbatas akibat keterbatasan teknologi dan modal.

Pemerintah telah meluncurkan berbagai program seperti digitalisasi UMKM, pelatihan teknologi, dan insentif fiskal, namun implementasinya masih belum merata dan efektif. Kesadaran konsumen terhadap isu etika dan lingkungan juga mulai meningkat, mendorong peluang bagi produk *slow fashion* berbasis keberlanjutan. Dengan mempertimbangkan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan secara holistik, penelitian ini bertujuan menganalisis evolusi model bisnis *fast fashion* dan dampaknya terhadap industri garmen lokal, terutama UKM dan pekerja perempuan, serta merumuskan strategi adaptif untuk mendukung transformasi yang berkelanjutan dan berkeadilan di Indonesia. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui tinjauan pustaka dari jurnal akademik dan publikasi kebijakan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif berbasis studi kasus untuk mengkaji transformasi model bisnis *fast fashion* dan dampaknya terhadap industri garmen lokal di Indonesia. Data yang digunakan merupakan data sekunder, yang diperoleh melalui studi pustaka dari berbagai sumber terpercaya seperti laporan pemerintah, jurnal ilmiah, dan publikasi organisasi internasional terkait.

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber kredibel, termasuk literatur akademik, laporan kebijakan pemerintah, serta publikasi organisasi internasional yang relevan dengan industri *fast fashion* dan garmen di Indonesia. Data yang dianalisis meliputi dokumen resmi Kementerian Perindustrian, laporan ILO, survei pasar, serta statistik terkait produksi, konsumsi, dan dampak sosial maupun lingkungan. Pengorganisasian Data dilakukan dengan mengklasifikasikan data berdasarkan tema utama, yaitu evolusi model bisnis *fast fashion*, dampaknya terhadap struktur industri garmen lokal, kondisi tenaga kerja khususnya pekerja perempuan, tantangan yang dihadapi UKM, dampak lingkungan, peran konsumen, serta kebijakan pemerintah. Data tersebut kemudian disusun dalam bentuk narasi yang sistematis sesuai dengan topik-topik tersebut agar analisis lebih terarah dan mudah dipahami. Data dianalisis menggunakan analisis tematik dengan mengidentifikasi pola, hubungan, dan perubahan yang terjadi dalam industri garmen akibat transformasi *fast fashion*. Analisis difokuskan pada tiga dimensi utama, yaitu aspek ekonomi (struktur industri dan UKM), aspek sosial (kondisi pekerja perempuan), dan aspek lingkungan (dampak limbah serta polusi). Untuk menjaga validitas, penelitian menerapkan triangulasi sumber dengan cara membandingkan data dari berbagai literatur akademik, laporan pemerintah, dan publikasi organisasi internasional sehingga hasil analisis lebih konsisten dan kredibel.

Penarikan kesimpulan. Penelitian ini menyimpulkan hasil berdasarkan temuan analisis dengan pendekatan induktif, yaitu dengan mengintegrasikan seluruh tema penelitian untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai dampak model bisnis *fast fashion*. Dari hasil tersebut, penelitian kemudian merumuskan rekomendasi strategis yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku industri dan pembuat kebijakan guna mendukung pengembangan industri garmen yang lebih adaptif, inklusif, dan berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perubahan lanskap industri fashion global dalam dua dekade terakhir turut memengaruhi dinamika industri garmen di Indonesia. Salah satu perubahan paling mencolok adalah kemunculan dan dominasi model bisnis *fast fashion*, yang ditandai dengan siklus produksi singkat, rotasi desain cepat, dan distribusi berbasis teknologi digital. Penetrasi model ini ke pasar Indonesia tidak hanya berdampak pada cara produsen dan konsumen berinteraksi dengan produk fashion, tetapi juga memicu pergeseran struktural dan sosial yang mendalam di sektor garmen lokal.

Untuk memahami implikasi dari transformasi ini secara komprehensif, bagian pembahasan ini disusun dalam delapan subbagian. Masing-masing menguraikan aspek-aspek kunci, mulai dari evolusi model bisnis *fast fashion*, dampaknya terhadap struktur industri dan tenaga kerja, tantangan yang dihadapi pelaku lokal, hingga peran konsumen dan kebijakan publik dalam membentuk masa depan industri fashion nasional.

Evolusi Model Bisni *Fast Fashion* di Indonesia

Model bisnis *fast fashion* menekankan pada produksi cepat, rotasi desain tinggi, dan distribusi efisien untuk merespons tren mode secara real time (Aftab *et al.*, 2018). Konsep ini meniru desain kelas atas yang dikemas secara ekonomis dan diproduksi secara massal, memungkinkan konsumen membeli produk modis dengan harga terjangkau (Iqbal and Susanti, 2022). Di Indonesia, model bisnis ini mulai berkembang pesat sejak awal 2010-an seiring dengan masuknya merek global seperti Zara, H&M, dan Uniqlo (Gudiato *et al.*, 2022). Ketiga merek tersebut menasar konsumen urban kelas menengah yang menginginkan akses terhadap tren global dengan harga relatif terjangkau.

Keberhasilan pemain global ini mendorong sejumlah merek lokal seperti 3Second, Erigo, dan This Is April untuk mengadopsi strategi serupa (Hidayatullah *et al.*, 2024). Mereka mulai memanfaatkan data tren digital dan media sosial untuk merespons permintaan pasar secara cepat, meskipun masih menghadapi hambatan seperti keterbatasan kapasitas produksi, pendanaan, dan infrastruktur logistik (Mohamed, 2017).

Adopsi teknologi digital menjadi salah satu kunci akselerasi transformasi ini. Pemanfaatan big data untuk memetakan tren konsumen, automasi proses produksi, serta pemasaran melalui e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia meningkatkan daya saing merek lokal di tengah dominasi global (Hervilia *et al.*, 2022).

Menurut data Kementerian Perindustrian RI (2024), segmen *fast fashion* telah menyumbang sekitar 30% dari total penjualan pakaian jadi nasional, menunjukkan dominasi model bisnis ini dalam struktur industri garmen nasional. Bahkan di e-commerce, kategori “fashion wanita” menjadi salah satu yang paling aktif dan konsisten mendominasi penjualan (Bagaskara *et al.*, 2023). Namun di sisi lain, model ini juga melahirkan tantangan terkait etika bisnis, daya saing lokal, serta keberlanjutan. Fenomena imitasi desain cepat dan tekanan produksi tinggi berpotensi memicu pelanggaran kekayaan intelektual serta eksploitasi pekerja (Evrita and Philip, 2024).

Dampak Terhadap Struktur dan Dinamika Industri Garmen Lokal

Pertumbuhan model bisnis *fast fashion* di Indonesia mendorong restrukturisasi signifikan dalam industri garmen lokal, terutama bagi UKM. Produksi cepat, siklus desain singkat, dan tekanan efisiensi biaya menyebabkan UKM kurang kompetitif dibandingkan perusahaan besar yang menguasai modal, teknologi, dan pemasaran digital (Putra *et al.*, 2020). Data menunjukkan UKM yang gagal mengikuti tren mengalami penurunan produksi hingga 30% dalam lima tahun terakhir, terutama sektor garmen rumahan dan semi-industri (Muhammad and Mirzanti, 2023).

Sebaliknya, perusahaan garmen besar mampu bertahan dengan strategi *fast fashion* seperti peluncuran koleksi musiman, kolaborasi dengan desainer muda, dan penetrasi e-commerce, sehingga meningkatkan daya saing di pasar (Zahra *et al.*, 2021). Penguatan dualisme ini memperlebar jurang antara perusahaan besar dan UKM, di mana 65% UKM terkendala akses teknologi dan modal kerja sehingga masih bergantung pada pasar lokal yang jenuh dan bersaing dengan produk *fast fashion* murah (Rachmawati and Widowati 2021). Akibatnya, sebagian UKM menjual produk dengan margin keuntungan rendah, menurunkan kualitas dan nilai tambah, yang melemahkan ketahanan mereka (Muhammad and Mirzanti, 2023; Putra Kharisma *et al.*, 2020).

Lebih jauh, *fast fashion* memicu konsolidasi pasar melalui akuisisi atau pengalihan peran UKM sebagai subkontraktor merek besar, sehingga UKM kehilangan kemandirian dalam desain, harga, dan distribusi. Transformasi ini menciptakan struktur industri yang kurang inklusif dan mengancam keberlangsungan industri berbasis komunitas serta warisan budaya tekstil Indonesia (Wanduragala, 2024).

Dampak Sosial Terhadap Pekerja Perempuan

Industri garmen di Indonesia secara historis sangat bergantung pada tenaga kerja perempuan usia produktif 18–35 tahun yang bekerja di lini produksi seperti menjahit, memotong kain, dan pengemasan sebagai fondasi sistem *fast fashion* (Kabeer and Mahmud 2004). Transformasi model bisnis *fast fashion* yang menuntut produksi cepat dan siklus mode dinamis memperparah kerentanan pekerja perempuan melalui tekanan target produksi harian, kontrak jangka pendek, dan jam kerja panjang yang bersifat eksploitatif (Osterreich, 2020).

Laporan ILO (2023) mengungkap bahwa sekitar 62% pekerja perempuan di sektor ini tidak memiliki akses asuransi kesehatan, tunjangan maternitas, atau jaminan sosial, menempatkan mereka dalam posisi rentan terutama saat pemutusan hubungan kerja atau kelelahan akibat beban kerja berlebih. Penelitian di Bandung dan Semarang menemukan tingkat stres tinggi akibat tekanan target, minimnya waktu istirahat, dan fasilitas yang kurang ramah gender, yang berdampak negatif pada kesehatan mental dan produktivitas (Buchori *et al.*, 2024). Penelitian serupa di PT Ungaran Sari Garment dan Yogyakarta menegaskan stres kerja menurunkan kepuasan kerja dan memperbesar niat keluar pekerja, terutama karena ketidakseimbangan work-life balance (Nurchahyo *et al.*, 2023; Wahyuni and Rahmasari, 2022).

Di sisi lain, fluktuasi permintaan *fast fashion* menyebabkan ketidakstabilan pendapatan, pemotongan jam kerja, lembur tak dibayar, dan perubahan status kerja menjadi harian. Bias gender dalam manajemen industri juga membatasi peran perempuan dalam kepemimpinan dan pengambilan keputusan (Grover, 2025). Dengan demikian, transformasi bisnis *fast fashion* menghasilkan konsekuensi sosial yang asimetris, di mana perempuan sebagai mayoritas dalam rantai pasok menanggung ketimpangan struktural berupa tekanan kerja, eksklusi hak, dan beban ganda domestik serta industri (Vijayarasa and Liu, 2022).

Tantangan Teknologi dan Modal Bagi UKM

Transformasi model bisnis *fast fashion* yang menuntut kecepatan, efisiensi, dan adaptasi teknologi menjadi tantangan besar bagi UKM garmen yang masih mengandalkan mesin jahit manual dan sistem produksi tradisional, sehingga fleksibilitas dan waktu produksi terbatas. Selain itu, pemasaran yang masih domestik dan banyak UKM belum memiliki izin usaha membatasi akses pasar dan modal (Setiawan *et al.*, 2022; Wahyuni and Rahmasari, 2022).

Rendahnya literasi digital dan keterampilan manajerial menjadi hambatan utama adopsi teknologi modern seperti automatic cutting dan CAD/CAM, dimana pelatihan SDM sangat diperlukan, namun UKM sering kekurangan anggaran dan akses teknologi untuk pelatihan efektif (Sihombing *et al.*, 2025). Keterbatasan akses modal juga menghambat modernisasi karena banyak pelaku UKM tidak memiliki jaminan aset dan literasi keuangan memadai, sehingga mengandalkan pembiayaan informal yang tidak stabil (Gusriyana *et al.*, 2023).

Pemerintah Indonesia telah meluncurkan program digitalisasi UMKM, pelatihan literasi digital, integrasi e-commerce, dan subsidi mesin industri ringan sebagai upaya mendukung UKM meningkatkan daya saing dan produktivitas. Namun, penetrasi digitalisasi masih lebih terpusat di wilayah perkotaan sementara UKM di daerah pinggiran belum tersentuh optimal, memperdalam jurang struktural antara UKM dan perusahaan besar (Ayshifa *et al.*, 2024).

Jika intervensi teknologi dan pendanaan tidak merata, transformasi *fast fashion* berisiko memperlebar ketimpangan dalam struktur industri garmen lokal, bukan memperkuat kemandirian UKM sebagai fondasi ekonomi nasional. Oleh karena itu, pengembangan infrastruktur bisnis, peningkatan kualitas SDM, serta perluasan akses modal secara merata menjadi solusi penting jangka panjang.

Dampak Lingkungan dari Model Fast Fashion

Transformasi model bisnis *fast fashion* yang menekankan produksi massal, harga murah, dan siklus mode cepat menimbulkan tekanan besar terhadap lingkungan hidup di Indonesia melalui peningkatan limbah tekstil yang mencakup polusi udara, air, dan tanah (Juliyanto and Firmansyah, 2024; Ramadhan, 2024). Limbah padat, cair, dan gas dari produksi tekstil berdampak negatif pada kualitas air, tanah, dan udara, terutama di sentra industri seperti Bandung, Solo, dan Pekalongan, di mana pencemaran air sungai dengan kekeruhan, warna, dan bau tidak sedap meningkat akibat limbah tekstil (Novianti, Asrifah, and Utami, 2021; Zakiah *et al.*, 2023).

Lebih dari 40% limbah cair tekstil di Jawa Barat melebihi ambang batas baku mutu, mengancam ekosistem dan kesehatan manusia, sementara pembakaran limbah pakaian bekas menyumbang emisi karbon dan mikroplastik di udara (Juliyanto and Firmansyah, 2024; Nathanael *et al.*, 2025). Siklus hidup produk *fast fashion* yang pendek menghasilkan akumulasi limbah domestik masif, di mana kurang dari 1% limbah tekstil global yang sebesar 92 juta ton dapat didaur ulang, terutama bahan polyester yang mencemari laut melalui mikrofiber (Ellen MacArthur Foundation, 2017; Ramadhan, 2024).

Upaya pemerintah dan masyarakat dalam menerapkan ekonomi sirkular berbasis daur ulang dan pengelolaan limbah lokal masih minim, meskipun terdapat contoh praktik kearifan lokal seperti di masyarakat Baduy (Hidayatullah and Purwanto, 2024). Regulasi seperti Permen LHK No. 75 Tahun 2019 dan kampanye “Detox My Fashion” belum efektif di kalangan UKM, terutama di luar perkotaan (Juliyanto and Firmansyah, 2024). Fenomena impor pakaian bekas kualitas rendah juga menambah beban lingkungan sekaligus mengurangi daya saing produk lokal (Soga *et al.*, 2024).

Secara normatif, Indonesia memiliki regulasi lingkungan seperti UU No. 32 Tahun 2009, namun implementasinya kurang optimal karena lemahnya pengawasan dan rendahnya kesadaran masyarakat (Ramadhan, 2024). Prinsip keadilan antar generasi yang menekankan perlindungan sumber daya alam demi hak generasi mendatang menegaskan pentingnya transformasi menuju model bisnis dan konsumsi fashion yang berkelanjutan (Weiss, 2010).

Peran Konsumen dan Kesadaran Sosial

Dalam transformasi industri fashion menuju keberlanjutan, konsumen berperan strategis sebagai agen perubahan. Meningkatnya kesadaran sosial terhadap dampak negatif *fast fashion* terhadap lingkungan dan pekerja telah melahirkan gerakan konsumen global dan lokal, seperti kampanye #WhoMadeMyClothes dari Fashion Revolution yang efektif mendorong transparansi rantai pasok dan perubahan perilaku pembelian (Cream Collection, 2022; Fashion Revolution, 2020).

Di Indonesia, gerakan lokal seperti #LestariBerpakaian mengajak masyarakat mengadopsi konsumsi bertanggung jawab dengan mengutamakan produk lokal, etis, dan ramah lingkungan. Studi menegaskan bahwa pengetahuan konsumen tentang fashion berkelanjutan dan kepercayaan terhadap pelaku usaha lokal sangat memengaruhi niat beli, terutama pada produk UMKM (Nuh *et al.*, 2023; Sitio *et al.*, 2021). Data Fashion Revolution Indonesia (2024) menunjukkan sekitar 70% konsumen muda di kota besar mulai mempertimbangkan aspek keberlanjutan dan etika kerja dalam memilih produk fashion.

Dinamika ini membuka peluang bagi UKM untuk mengembangkan keunggulan berbasis nilai melalui transparansi produksi, penggunaan bahan alami atau daur ulang, serta narasi budaya lokal. Pendekatan ini dapat meningkatkan diferensiasi produk, loyalitas konsumen, dan hubungan berkelanjutan produsen-pasar (Nuh *et al.*, 2023a; Sitio *et al.*, 2021). Namun, tantangan tetap ada, seperti rendahnya pemahaman masyarakat luas tentang konsep sustainable fashion, yang menurut survei hanya 28% konsumen Indonesia benar-benar memahaminya (Nadyasworo *et al.*, 2023).

Oleh karena itu, keterlibatan aktif konsumen perlu difasilitasi melalui sinergi edukasi publik, promosi transparan dari pelaku usaha, dan dukungan kebijakan pemerintah seperti pelabelan hijau dan insentif. Studi menekankan pentingnya edukasi dan transparansi dalam membentuk perilaku konsumsi yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan di Indonesia (Charista and Paramita, 2023; Nadyasworo *et al.*, 2023; Nuh *et al.*, 2023a).

Transformasi Industri Fashion Menuju Keberlanjutan

Perubahan menuju industri fashion yang berkelanjutan di Indonesia tidak bisa hanya mengandalkan kesadaran konsumen atau mekanisme pasar saja. Diperlukan intervensi kebijakan yang kuat dari pemerintah untuk menciptakan ekosistem fashion yang inklusif dan bertanggung jawab. Kebijakan seperti pembatasan impor pakaian bekas, insentif bagi produsen ramah lingkungan, serta penegakan standar etik dan perlindungan pekerja menjadi elemen penting dalam transformasi sistemik ini (Nuh *et al.*, 2023).

Contoh nyata dari kebijakan yang dibutuhkan adalah pembatasan impor pakaian bekas. Selain melindungi industri garmen lokal dari produk murah, kebijakan ini juga bertujuan mengendalikan limbah tekstil yang berlebihan, sebagaimana dicatat dalam laporan Greenpeace (2023). Pemberian insentif fiskal untuk pelaku industri yang menerapkan praktik hijau, seperti penggunaan energi terbarukan atau bahan baku lokal, diyakini dapat mendorong transisi ke model bisnis fashion berkelanjutan yang lebih kompetitif (Affa *et al.*, 2025).

Sayangnya, hingga kini Indonesia belum memiliki regulasi nasional yang secara komprehensif mengatur penerapan prinsip industri hijau dalam sektor fashion (Khan *et al.*, 2020). Pelajaran dari negara seperti Bangladesh dan Vietnam menunjukkan bahwa regulasi ketat terhadap kondisi kerja, standar upah layak, dan pengolahan limbah industri dapat meningkatkan daya saing sekaligus

melindungi pekerja dalam industri padat karya seperti tekstil dan garmen (Syed, 2024). Pemerintah Bangladesh, misalnya, menerapkan Accord on Fire and Building Safety yang mewajibkan audit berkala Terada pabrik tekstil (Khan *et al.*, 2020). Sementara Vietnam berhasil meningkatkan standar lingkungan melalui kemitraan dengan pelaku industri global seperti H&M dan UNDP (Miah *et al.*, 2023).

Indonesia sendiri memiliki potensi besar menjadi pusat fashion berkelanjutan di kawasan Asia Tenggara, berkat kekayaan budaya tekstil, tenaga kerja melimpah, dan pertumbuhan UKM yang inovatif. Namun, potensi ini hanya dapat terealisasi jika ada sinergi antara kebijakan pemerintah, inisiatif industri, dan dukungan konsumen. Transparansi rantai pasok, pelaporan dampak lingkungan, dan perlindungan terhadap pekerja perempuan menjadi aspek penting dari kerangka hukum yang harus dibangun (Nuh *et al.*, 2023a).

Sebagian UKM di Indonesia mulai mengadopsi prinsip slow fashion sebagai bentuk adaptasi, melalui strategi seperti produksi pre-order, penggunaan limbah tekstil, dan kolaborasi desain lokal. Strategi ini tidak hanya mengurangi limbah dan overproduksi, tetapi juga meningkatkan nilai produk lewat cerita budaya dan personalisasi. Pendekatan ini memperkuat identitas produk sekaligus menarik segmen pasar yang menghargai etika dan keberlanjutan (Juliyanto and Firmansyah, 2024).

Digitalisasi turut membuka peluang besar bagi UKM berkelanjutan. Dengan memanfaatkan media sosial, e-commerce, dan komunitas daring, UKM mampu menjangkau konsumen yang peduli lingkungan. Kesadaran sosial konsumen ini mendorong UKM untuk mengadopsi teknologi digital, yang pada gilirannya memperkuat hubungan dengan segmen pasar khusus dan mendukung pertumbuhan usaha yang lebih ramah lingkungan dan bertanggung jawab secara sosial (Marta, Suwandi, and Havifi, 2024; Tumbilung and Wafa, 2025; Zakiyah *et al.*, 2023).

Namun demikian, tantangan seperti akses bahan baku ramah lingkungan, biaya sertifikasi yang tinggi, dan rendahnya kesadaran konsumen masih menghambat proses ini. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan kolaboratif lintas sektor antara pemerintah, pelaku industri, akademisi, dan masyarakat sipil untuk memperkuat fondasi keberlanjutan dalam industri fashion. Dengan dukungan regulasi yang tepat, keberlanjutan dapat menjadi fondasi utama bagi industri fashion nasional yang tangguh dan berdaya saing (Ilyas *et al.*, 2025; Omowole *et al.*, 2024).

KESIMPULAN

Studi ini menegaskan bahwa transformasi model bisnis *fast fashion* di Indonesia telah mengubah struktur dan dinamika industri garmen nasional secara mendalam. Dominasi merek global dengan strategi produksi cepat dan distribusi digital telah menciptakan tantangan besar bagi pelaku lokal, terutama UKM, yang menghadapi keterbatasan modal, teknologi, dan akses pasar. Ketimpangan struktural antara perusahaan besar dan UKM semakin melebar, memperlemah daya saing dan kemandirian industri berbasis komunitas. Konsekuensi sosial dan lingkungan dari ekspansi *fast fashion* juga semakin nyata, mulai dari memburuknya kondisi kerja, khususnya bagi pekerja perempuan hingga peningkatan limbah tekstil dan pencemaran lingkungan di sentra industri utama. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberlanjutan belum menjadi pilar utama dalam ekosistem industri fashion nasional. Sebagai implikasi, diperlukan kebijakan yang lebih inklusif dan terintegrasi, dengan pemerataan akses teknologi, modal, dan pelatihan hingga ke daerah pinggiran. Pemerintah perlu memperkuat regulasi yang menyeimbangkan daya saing ekonomi dengan perlindungan tenaga kerja dan lingkungan, serta memberikan insentif nyata bagi UKM yang berinovasi menuju produksi berkelanjutan. Edukasi konsumen dan transparansi rantai pasok harus menjadi prioritas, agar perubahan perilaku konsumsi dapat mendorong permintaan terhadap produk etis dan ramah lingkungan. Keberhasilan transformasi ini sangat bergantung pada kolaborasi lintas sektor antara pemerintah, industri, akademisi, dan masyarakat sipil untuk membangun ekosistem fashion nasional yang adaptif, inklusif, dan berdaya saing global, sekaligus memastikan keberlanjutan bagi generasi mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Affa, A. S. and Khasanah, E. S. 2025. "Halal Fashion and Gen Z: Driving Sustainability Through Lifestyle." in *E3S Web of Conferences*. Vol. 622. EDP Sciences.
- Aftab, M. A., Yuanjian, Q., Kabir, N., and Barua Z. 2018. "Super Responsive Supply Chain: The Case of Spanish Fast Fashion Retailer Inditex-Zara." *International Journal of Business and Management* 13(5):212–27.
- Ayshifa Nur 'Aini, Ela Nur Safitri, Gita Majalina, Muhammad Zainul Abidin, and Novi Khoirawati. 2024. "ANALISIS PELUANG DAN TANTANGAN TEKNOLOGI TERHADAP UMKM DI INDONESIA." *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah* 3:2564–71.
- Bagaskara, Gilang, and Isti Raafaldini Mirzanti. 2023. "Business Strategy for Clothing Brand in Indonesia." *International Journal of Current Science Research and Review* 6(01):845–51.
- Buchori, Imam, Abdurrahman Zaki, Pangi Pangi, Anang Wahyu Sejati, and Angrenggani Pramitasari. 2024. "Garment Industry-Led Urbanization and Women Workers: Factory-and Home-Based Work in Indonesia." *International Review of Sociology* 34(2):357–77.
- Charista, Viona, and Eristia Lidia Paramita. 2023. "Indonesian Customer Awareness Toward Purchase Intention of Sustainable Fashion." Pp. 402–7 in.
- Cream Collection. 2022. "The True Meaning Of Who Made My Clothes & Fashion Revolution." <https://www.creamcollection.com.au/blogs/news/the-true-meaning-of-whomademyclothes-and-fashionrevolution>.
- Ellen MacArthur Foundation. 2017. *A NEW TEXTILES ECONOMY: REDESIGNING FASHION'S FUTURE*. <https://ellenmacarthurfoundation.org/a-new-textiles-economy>.
- Evrita, Ella, and Lawrence Philip. 2024. "Tantangan Dan Solusi Hukum Kekayaan Intelektual Dalam Menanggulangi Knock-Off Knock-Off Culture Dalam Industri Kreatif Desain Fast Fashion." *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik (JIHHP)* 5(2).
- Fashion Revolution. 2020. "Fashion Revolution: 2020 Impact Report." Fashion Revolution. (2020). 2020 Impact Report.
- Grover, Meenu. 2025. "Circular Economy: Women Entrepreneurs Leading the Change." *Journal Global Values* XVI(SI):85–90. doi:10.31995/jgv.2025.v16isi.014.
- Gudiato, Candra, Eko Sedyono, and Irwan Sembiring. 2022. "Analisis Sistem E-Commerce Pada Shopee Untuk Meningkatkan Daya Saing Menggunakan Metode SWOT." *Journal of Information Technology* 2(1):6–10.
- Gusriyana Lucky, Sissah H., and Anita Efni. 2023. "Pengaruh Permodalan Dan Teknologi Terhadap Produktivitas Usaha UMKM Di Bidang Kerajinan Tangan Kecamatan Jelutung." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi* 3(3):272–84. doi:10.55606/jurimea.v3i3.
- Hervilia, Helena, Dayan Singasatia, and M. Agus Sunandar. 2022. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Teknologi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)." *INSOLOGI: Jurnal Sains Dan Teknologi* 1(4):401–10.
- Hidayatullah, Raza Syarif, and Iwan Purwanto. 2024. "Implementasi Ekonomi Sirkular Pada Kegiatan Ekonomi Berbasis Kearifan Lokal Pikukuh Masyarakat Baduy." *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 18(3):1736–55.
- Ilyas, Herlina, Erty Rospyana Rufaida, Sasliana Sasliana, and Sari Fatimah Mus. 2025. "Green UMKM: Transformasi Bisnis Dalam Upaya Menjaga Kelestarian Lingkungan." *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi* 9(1):200–212.
- Iqbal, Muhammad Ainur, and Ety Dwi Susanti. 2022. "Pengaruh Communication Marketing Dan Brand Image Pada Viral Marketing Terhadap Minat Beli Pelanggan Brand Erigo Store Di Era New Normal." *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)* 7(2):1048–56.
- Juliyanto, Dwi, and Amrie Firmansyah. 2024. "Menuju Sustainable Fashion: Rencana Aksi Untuk Mengatasi Dampak Negatif Fast Fashion." *Journal of Law, Administration, and Social Science* 4(3):352–62.
- Kabeer, Naila, and Simeen Mahmud. 2004. "Globalization, Gender and Poverty: Bangladeshi Women Workers in Export and Local Markets." *Journal of International Development* 16(1):93–109.
- Khan, Md Asaduzzaman, Katharine Brymer, and Karl Koch. 2020. "The Production of Garments and Textiles in Bangladesh: Trade Unions, International Managers and the Health and Safety of Workers." *South Asian Journal of Human Resources Management* 7(2):276–92.
- Marta, Revi, Rifki Suwandi, and Ilham Havifi. 2024. "PENINGKATAN KETERAMPILAN MEDIA SOSIAL MELALUI PELATIHAN DIGITAL MARKETING PADA PELAKU UMKM Â€ œAACHI CRAFT GALERYÂ€ DI KECAMATAN KURANJI KOTA PADANG." *Jurnal Hilirisasi IPTEKS* 7(4):520–31.
- Miah, Md Badal, Md Sazzadul Haque, Md Abdul Khaleque, and Rafael M. Santos. 2023. "Sludge Management in the Textile Industries of Bangladesh: An Industrial Survey of the Impact of the 2015 Standards and Guidelines." *Water* 15(10):1901.

- Mohamed, Shereen Sayed. 2017. "A Study on the Impacts of Fast Fashion on Sustainability in the Women's Wear Design Field." *International Design Journal* 7(1):65–75.
- Muhammad, Raihan Luthfiandi, and Isti Raafaldini Mirzanti. 2023. "Proposed Innovation Strategy for Streetwear MSMEs Using TOWS: Asbhoel." *International Journal of Current Science Research and Review* Volume 06(Issue 06 June 2023). doi:10.47191/ijcsrr/V6-i6-60.
- Nadyasworo, Ariabryna Batari, S. Rouli Manalu, and Amida Yusriana. 2023. *The Correlation Between Awareness of Sustainable Fashion and Willingness to Pay with Intention to Purchase Sustainable Fashion Products*. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/41261>.
- Nathanael, Sheren Christabella, Gisella Helga Xaviera, Jessy Yohanes, Paulina Shelly Kwu, and Dwi Putra Nugraha. 2025. "Implementasi Regulasi Extended Producer Responsibility (EPR) Dalam Daur Ulang Limbah Fast Fashion Di Indonesia." *JIHHP* 5(5):4209–17. doi:10.38035/jihhp.v5i5.
- Novianti, Endah, Rr Dina Asrifah, and Ayu Utami. 2021. "Pengaruh Limbah Cair Tekstil Terhadap Kualitas Air Di Sub Sub DAS Semin Kecamatan Sukoharjo, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah." *Envirotek: Jurnal Ilmiah Teknik Lingkungan* 13(2):61–69.
- Nuh, Ahmad, Muhammad Misbakul Munir, and Muhibban Muhibban. 2023a. "Fashion Engagement and Pro-Environmental Attitudes: Drivers of Sustainable Fashion Consumption in Indonesia." *Journal of Enterprise and Development (JED)* 5(3):460–78.
- Nuh, Ahmad, Muhammad Misbakul Munir, and Muhibban Muhibban. 2023b. "Fashion Engagement and Pro-Environmental Attitudes: Drivers of Sustainable Fashion Consumption in Indonesia." *Journal of Enterprise and Development (JED)* 5(3):460–78.
- Nurchahyo, Satria Avianda, Teguh Harso Widagdo, Meida Rachmawati, and Sudiyono4 Bisnis Manajemen Ritel. 2023. "The Effect Of Work Stress And Organizational Commitment On Turnover Intention With Job Satisfaction As An Intervening Variable Case Study Of Pt Ungaran Sari Garment." Pp. 96–105 in *The Virtual International Conference on Economics, Law and Humanities*. Vol. 2.
- Omowole, Bamidele Micheal, A. Q. Olufemi-Philips, O. C. Ofodili, Nsisong Louis Eyo-Udo, and Somto Emmanuel Ewim. 2024. "Conceptualizing Green Business Practices in SMEs for Sustainable Development." *International Journal of Management & Entrepreneurship Research* 6(11):3778–3805.
- Osterreich, Shaianne T. 2020. "Gender, Decent Work, and Global Production Sharing in Indonesian Manufacturing." *Journal of Economic Issues* 54(1):54–76.
- Putra Kharisma, Pratasha, Dodi W. Irawanto, and Ainur Rofiq. 2020. *Entrepreneurial Orientation and Its Effect Toward SMEs Performance Through Strategic Flexibility on Fashion Industry in Malang*. Vol. 11. <https://journal.umy.ac.id/index.php/bti/index>.
- Rachmawati, Rina, and Widowati. 2021. "Research of the Impact of Financial Dimensions and Entrepreneurial Capacity on Business Performance in Small and Medium Enterprises in Central Java." *Universal Journal of Accounting and Finance* 9(1):122–29. doi:10.13189/ujaf.2021.090113.
- Ramadhan, Ahdiar Febri. 2024. "Tren Fast Fashion Pakaian Masa New Normal Di Indonesia: Efektivitas Konsep Sustainable Fashion Terhadap Lingkungan." *Journal of Waste and Sustainable Consumption* 1(2):77–89.
- Setiawan, Hadi, Bobby Kurniawan, Ade Irman Saeful Mutaqin, and Putro Ferro Ferdinant. 2022. "Identifikasi Kebutuhan Dan Peluang Pengembangan Teknologi Pada Industri Kecil Menengah." *Journal of Systems Engineering and Management* 1(1):1. doi:10.36055/joseam.v1i1.17483.
- Sihombing, Thomas H., Lestari Pratiwi Sitanggang, Donaldson Silalahi, and Pandapotan Sitompul. 2025. "Tinjauan Literatur: Peran Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Kinerja UKM Di Era Revolusi Industri 4.0." *Economics and Digital Business Review* 6:673–84.
- Sitio, Rike Penta, Rosita Fitriyani, and Anggun Pesona Intan. 2021. "Faktor Pendorong Purchase Intention Produk Sustainable Fashion Pada UMKM." *Jurnal Manajemen Maranatha* 21(1):35–44. doi:10.28932/jmm.v21i1.4050.
- Soga, Iffatriansyah, weny Almoravid, and zamroni Abdussamad. 2024. "DAMPAK DAN TANTANGAN HUKUM IMPOR PAKAIAN BEKAS DI INDONESIA." 1(11):1027–39. doi:10.62335.
- Syed, Robayet Ferdous. 2024. "Labor Standards, Labor Policy, and Compliance Mechanism: A Case Study in Bangladesh." *Labor History* 65(2):256–72.
- Tumbilung, Rechardo, and Zaenal Wafa. 2025. "PEMANFAATAN E-COMMERCE DALAM DIGITAL MARKETING BAGI PELAKU UMKM KULINER DI DESA ARGOMULYO, SEDAYU, DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA." *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS* 3(1):78–85.
- Vijayarasa, Ramona, and Mark Liu. 2022. "Fast Fashion for 2030: Using the Pattern of the Sustainable Development Goals (SDGs) to Cut a More Gender-Just Fashion Sector." *Business and Human Rights Journal* 7(1):45–66. doi:DOI: 10.1017/bhj.2021.29.
- Wahyuni, Sari, and Dian Rahmasari. 2022. "Investigating the Antecedents and Outcomes of Work-Life Balance: Evidence from Garment Industries in Indonesia." *Diponegoro International Journal of Business* 5(1):1–11.

- Wanduragala, Shakira. 2024. "How Fast Should Fashion Really Be? An Investigation into Whether It Is Possible for 'Fast Fashion' to Adapt to Meet Social Sustainability Goals." *Journal of Sustainable Development* 17(2):35. doi:10.5539/jsd.v17n2p35.
- Weiss, Edith Brown. 2010. "Implementing Intergenerational Equity." in *Research handbook on international environmental law*. Edward Elgar Publishing.
- Zahra, Arianne Muthia, Wawan Dhewanto, and Akbar Adhi Utama. 2021. "Boosting Emerging Technology Adoption in SMEs: A Case Study of the Fashion Industry." *International Journal of Applied Business Research* 81–96. doi:10.35313/ijabr.v3i2.155.
- Zakiyah, Zumrotu, Wine Regyandhea, Ursae Pramesvari, and Eric Hasmiraldi. 2023. "DAUR ULANG LIMBAH PASCA PEMAKAIAN PRODUK FASHION MENGGUNAKAN TEKNIK WATER SOLUBLE EMBROIDERY." *Texere* 21(2):142–50.