

### jurnal ilmiah magister desain

**PENGEMBANGAN APLIKASI MOBILE PENGENALAN ALAT MUSIK TRADISIONAL BETAWI DENGAN MEMANFAATKAN TEKNOLOGI AUGMENTED REALITY**

Dendi Ismi Sofian, Achmad Syarief, Acep Iwan Saidi

**MATRIKS STRATEGI IMPLEMENTASI PERANCANGAN FASHION BERKELANJUTAN**

Rahayu Budhi Handayani, Krishna Utama, Yan Yan Sunarya

**RELASI DESAIN KEMASAN PRODUK SHEET MASK TERHADAP KONSUMEN WANITA GENERASI MILENIAL**

Asrini Ayu Wibowo, Elda Franzia Jasjfi, Cama Juli Rianingrum

**KAJIAN MEDIA INFORMASI PANEL DISPLAY PADA PAMERAN MUSEUM BANK INDONESIA**

Ignatius Soekarno Hartanto, Ahadiat Joedawinata, Sangayu Ketut Laksemi Nilotama

**NILAI-NILAI BUDAYA INSTITUSI PEMBENTUK IDENTITAS SMA NEGERI 3 BANJARMASIN**

Andra Rizky Yuwono, Agung Eko Budi Waspada, Krishna Utama

**KAJIAN SEMIOTIKA KONOTASI ORNAMEN BETAWI GIGI BALANG**

Muhammad Syukri Faiz, Acep Iwan Saidi, Ganal Rudiyanto

**SEMIOTIKA SINTAKTIK PADA DESAIN KEMASAN ENAM VARIAN RASA PRODUK POCKY INDONESIA**

Syamira Sungkar, Diah Asmarandani, Krishna Utama

**TINJAUAN KONSEP GREEN DESIGN PADA MEDIA TANAM LIMBAH PLASTIK TROPICAL WALL KARYA RIZAL**

Dhimas Fiqry Dani Pratama, Diah Asmarandani, R. Drajatno Widi Utomo

**PENGUNAAN MODEL AIDA UNTUK PEMBENTUKAN KONSEP BRAND PHOTO CABIN PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

Rendy Iswanto, Agung Eko Budiwaspada, Acep Iwan Saidi



Bahasa Indonesia

English

[Click here to Submit](#)

1. Author Guideline

2. Focus and Scope

3. Publication Ethics

4. Editorial Team

5. Reviewer Team

6. Plagiarism Check

7. Unique Visits

8. Journal History

9. Mailing Address

## Articles

### PENGEMBANGAN APLIKASI MOBILE PENGENALAN ALAT MUSIK TRADISIONAL BETAWI DENGAN MEMANFAATKAN TEKNOLOGI AUGMENTED REALITY

Dendi Ismi Sofian, Achmad Syarif, Acep Iwan Saidi  
1-14

[PDF](#)

Abstract views: 988 | PDF Download: 939 |

<https://doi.org/10.25105/jsrr.v3i1.8288>

### MATRIKS STRATEGI IMPLEMENTASI PERANCANGAN FASHION BERKELANJUTAN

Rahayu Budhi Handayani, Krishna Hutama, Yan Yan Sunarya  
15-24

[PDF](#)

Abstract views: 994 | PDF Download: 758 |

<https://doi.org/10.25105/jsrr.v3i1.8291>

### RELASI DESAIN KEMASAN PRODUK SHEET MASK TERHADAP KONSUMEN WANITA GENERASI MILENIAL

Asrini Ayu Wibowo, Elda Franzia Jasfii, Cama Juli Rianingrum  
25-38

[PDF](#)

## VISITOR

### Visitors

	ID 4,825		IN 6
	US 292		GB 5
	MY 48		AU 5
	JP 47		NL 5
	CN 18		FI 4
	SG 18		TW 3
	FR 9		BR 3
	RU 8		TH 2
	IE 7		CA 2
	DE 6		BE 2

Pageviews: 15,435

FLAG counter



## MATRIKS STRATEGI IMPLEMENTASI PERANCANGAN FASHION BERKELANJUTAN

Rahayu Budhi Handayani<sup>1</sup>, Krishna Hutama<sup>2</sup>, Yan Yan Sunarya<sup>3</sup>

### **Abstract**

*The Implementation Strategy Matrix for Sustainable Fashion Design explains the strategy for implementing the principles of sustainability in fashion. The potential of the fashion industry in Indonesia is very large because it is one of the industries contributing to the GDP of the creative industry in Indonesia. But behind this potential, there is a problem which is currently one of the central issues, namely sustainability. At present several Indonesian brands have practiced sustainability, but there is no formulation of guidelines or basis for sustainable fashion design in Indonesia. Basically, sustainability has three principles namely ecology, economics, and social. Using a qualitative descriptive approach, an implementation strategy matrix is formulated that can be used in sustainable fashion design.*

**Keywords:** *fashion, matrix, sustainability*

### **Abstrak**

Matriks Strategi Implementasi Perancangan Fashion Berkelanjutan memaparkan mengenai strategi implementasi prinsip-prinsip keberlanjutan pada fashion. Potensi industri fashion di Indonesia sangat besar karena merupakan salah satu industri penyumbang PDB industri kreatif di Indonesia. Namun dibalik potensi tersebut terdapat permasalahan yang saat ini menjadi salah satu isu sentral yaitu keberlanjutan. Saat ini beberapa merek Indonesia telah mempraktikkan keberlanjutan, namun belum ada rumusan panduan atau landasan perancangan fashion yang berkelanjutan di Indonesia. Pada dasarnya keberlanjutan memiliki tiga prinsip yaitu ekologi, ekonomi, dan sosial. Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dirumuskan matriks strategi implementasi yang dapat digunakan dalam perancangan fashion berkelanjutan.

**Kata kunci:** berkelanjutan, fashion, matriks

---

1 Mahasiswa Magister Desain Produk FSRD Universitas Trisakti, e-mail:

2 Staf Pengajar Magister Usakti, e-mail: krishutsoes@gmail.com

3 Staf Pengajar Magister ITB - Magister Usakti, e-mail: yanyansunar@gmail.com

## Pendahuluan

Industri fashion terutama manufaktur pakaian dan industri sepatu merupakan industri utama yang menyumbangkan nilai besar pada PDB industri kreatif Indonesia, nilai ekspor, dan penyerapan tenaga kerja. Kementerian Perdagangan Indonesia menyatakan bahwa Indonesia adalah salah satu dari sepuluh besar produsen sepatu seluruh dunia (Tewari, 2018).

Salah satu pusat manufaktur sepatu di Indonesia terletak di Jawa Timur, seperti Malang, Sidoarjo, dan Mojokerto. Sebagian besar pabrik sepatu yang berada di Jawa Timur memproduksi sepatu *sport* atau biasa disebut sebagai *sneakers*.

Namun dibalik potensi yang besar dari industri fashion dan sepatu di Indonesia, secara umum terdapat isu yang berkembang yaitu bagaimana industri fashion menyumbang 4% dari keseluruhan sampah di seluruh dunia setiap tahunnya, sebesar 92 milyar ton, serta banyak merupakan sampah potongan-potongan sisa produksi, berdasarkan data dari laporan *Global Fashion Agenda* (Forbes, 2018).

Isyu mengenai keberlanjutan dalam fashion (*fashion sustainability*) menjadi salah satu isyu sentral dalam 5 tahun belakangan ini. Mengacu pada laporan mendalam yang dilakukan oleh *McKinsey & Company* bersama dengan *Business of Fashion* menunjukkan bahwa isyu keberlanjutan menjadi salah satu fokus pemasaran atau inisiasi inovasi yang dilakukan oleh merek fashion global. Menurut laporan tersebut pula dikatakan bahwa milenial global sebesar 66% bersedia untuk membayar lebih pada merek yang memiliki perhatian pada isyu keberlanjutan (BoF, 2018: 63).

Keberlanjutan secara bahasa dalam bahasa Inggris adalah *Sustainability* yang berarti kemampuan untuk dapat berlanjut. Secara konteks, berarti meminimalisir hal-hal yang merugikan lingkungan, serta memiliki efek positif terhadap manusia dan komunitas yang terkait. (*Sustainable Apparel Coalition*).

Keberlanjutan dalam fashion dapat di kaji melalui berbagai pendekatan. Pertama, melalui produk, seperti bahan, proses produksi, penggunaan, dan atau rantai kehidupan produk. Kedua, melalui sistem, yaitu konsumsi, kecepatan, lokalism, dan atau model bisnis (Fletcher, 2008).

Terdapat beberapa merek lokal di Indonesia yang sudah sedikit banyak mengaplikasikan prinsip keberlanjutan, akan tetapi sebagian besar merupakan produk pakaian dan asesoris. Serta umumnya merupakan hasil produksi rumahan yang kapasitas produksinya terbatas. Sedangkan produksi *sneakers* umumnya merupakan skala manufaktur yang berdampak besar terhadap lingkungan.

Namun, di Indonesia yang merupakan salah satu produsen produk fashion dengan potensi pasar merek lokal yang sedang berkembang dengan pesat, belum ditemukan panduan dalam merancang sebuah produk fashion berkelanjutan. Berdasarkan latar belakang tersebut, diperlukan sebuah matriks yang dapat menjadi panduan perancangan fashion berkelanjutan.

## Metode

Melalui penelitian deskriptif kualitatif, akan dicari tahu teori-teori serta pustaka mengenai keberlanjutan dalam fashion. Menggunakan triangulasi data, dikumpulkan berbagai literatur dari buku, jurnal, artikel ilmiah, artikel populer, dan penelitian-penelitian terdahulu. Data-data tersebut berupa teori, pendapat ahli, atau peraturan-peraturan yang dapat dijadikan penunjang serta landasan untuk memperdalam analisa dalam merancang matriks. Dalam pendekatan kualitatif, menurut Miles & Huberman (1992), terdapat tiga tahap yang dapat dilakukan untuk menganalisis data yang sedang dan telah dikumpulkan, yaitu (1) reduksi data, (2) pemaparan data dan (3) penarikan simpulan serta verifikasi data.

Keseluruhan data yang dikumpulkan dari hasil kajian pustaka telah dipilih melalui reduksi data untuk memaparkan data-data yang sesuai dan efektif terkait dengan judul penelitian. Data-data terkait keberlanjutan tidak hanya menggunakan satu sumber, namun melalui berbagai sumber pustaka agar lebih memantapkan simpulan.

Data-data tersebut kemudian disimpulkan menjadi sebuah matriks dan landasan perancangan yang telah di verifikasi dengan referensi standar yang kredibel seperti perancangan-perancangan terdahulu serta penelitian-penelitian terdahulu terkait perancangan yang berbasis keberlanjutan.

## Hasil dan Pembahasan Keberlanjutan

Keberlanjutan berasal dari bahasa Inggris *sustainability* yang berarti kemampuan untuk berlanjut. Kata *sustainability* dalam bentuk lain adalah *sustainable* yang apabila diartikan dalam bahasa Indonesia adalah berkelanjutan. Konsep keberlanjutan yang berkembang hingga saat ini pada awalnya merupakan konsep yang diperkenalkan oleh *World Commission on Environment and Development* dalam sebuah laporan yang dipublikasikan oleh PBB mengenai tiga pilar pengembangan berkelanjutan yaitu pengembangan ekonomi, pengembangan sosial (komunitas), dan pengembangan ekologi atau lingkungan (Hethorn dan Ulasewicz, 2008: xvii).

Isyu terkait dengan keberlanjutan erat kaitannya dengan revolusi industri saat kayu bakar dan arang tergantikan dengan batu bara. Emisi gas yang dihasilkan dari fosil memiliki dampak yang lebih tinggi terhadap lingkungan (Bergquist, 2017).

Namun seiring dengan pertumbuhan perusahaan manufaktur, berkembang pula bisnis hijau alternatif yang aktif dalam makanan sehat, energi angin dan matahari. Disebutkan oleh Jones (2017) bahwa sejak pertengahan abad kesembilan belas hingga awal abad kedua puluh, berkembanglah industri '*proto-green*' yang diciptakan oleh sekelompok pengusaha yang tidak konvensional dari Eropa dan Amerika. Industri tersebut kemudian berkembang hingga saat ini sebagai bisnis masa depan yaitu makanan organik dan sehat (Bergquist, 2017).

Isyu keberlanjutan dianggap menjadi sebuah permasalahan penting dan diperlukan kontribusi global untuk penanganannya. Hal ini dibuktikan dengan sebuah pertemuan negara-negara lintas pemerintah pada sebuah resolusi PBB pada Konferensi Pembangunan Berkelanjutan di Rio, Brazilia pada tahun 2012.

Menurut Dokumen yang dikeluarkan oleh PBB, *Transforming Our World: the 2030 Agenda for Sustainable Development* (2015), Konferensi tersebut menghasilkan tujuh belas (17) Tujuan Pembangunan Berkelanjutan atau dalam bahasa Inggris *Sustainable Development Goals* yang berisi 169 target dan diproyeksikan selesai pada tahun 2030.



Gambar 1. Tujuan Pembangunan Berkelanjutan  
(Sumber: <http://www.globaleducationmagazine.com/tag/rio20/>)

Tujuan Pembangunan Berkelanjutan tersebut diproyeksikan untuk dikembangkan menjadi program-program yang berfokus pada kemanusiaan dan lingkungan. Terdapat lima fokus yang di sasar oleh PBB dan negara-negara terkait, antara lain:

- Manusia;** Upaya berfokus pada manusia diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan kemiskinan dan kelaparan serta kesetaraan.
- Bumi;** melindungi bumi dari kerusakan adalah fokus utama yang menjadi prioritas harus dilakukan karena perubahan iklim yang tidak terelakkan lagi.
- Kesejahteraan;** yaitu memastikan bahwa seluruh manusia di muka bumi ini dapat merasakan kesejahteraan dan kelayakan hidup secara ekonomi, sosial dan perkembangan teknologi sebagai bagian dari menjaga keseimbangan dengan alam.
- Kedamaian;** upaya dalam menjaga perdamaian dan menjaga lingkungan sosial masyarakat jauh dari rasa takut dan kekerasan.
- Kemitraan;** upaya dalam membangun kemitraan dan solidaritas global serta membangun semangat yang sama dalam mewujudkan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan.

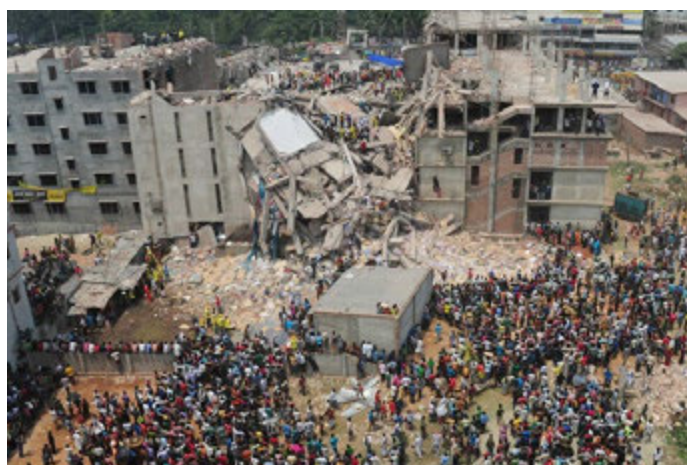
Menurut Glavic dan Lukman (2007), terdapat tiga (3) prinsip terkait berkelanjutan, yaitu:

- a. Prinsip Lingkungan dan Ekologi; merupakan prinsip-prinsip yang terkait dengan keberlangsungan lingkungan dan meminimalisir aktivitas atau bahan-bahan yang merusak lingkungan, misalnya mengenai energi terbarukan, daur ulang, penggunaan kembali, dematerialisasi, dan sebagainya. Prinsip ekologi juga terkait dengan sistem kehidupan manusia dengan alam yang terkait satu sama lain.
- b. Prinsip Ekonomi; merupakan prinsip-prinsip yang terkait efisiensi dan etika. Misalnya eco-efisiensi dalam proses produksi dan servis, selain mengurangi dampak lingkungan, juga menghasilkan harga yang lebih kompetitif.
- c. Prinsip Sosial; merupakan prinsip-prinsip yang terkait dengan tanggung jawab sosial. Misalnya mengenai pekerja, transparansi terhadap semua pihak terkait termasuk konsumen, dan sebagainya.

### **Fashion Berkelanjutan**

Pada kisaran tahun 1990, berkembang tren kesadaran lingkungan dalam fashion yang dipublikasikan oleh the New York Times dan Vogue. Pada saat itu desainer Katharine Hamnett memberikan pidato mengenai dampak fashion terhadap lingkungan di forum PBB. Pada 1995, Giorgio Armani mulai menggunakan material ramah lingkungan seperti Hemp dalam koleksinya. Lalu pada tahun 2001, Natalie Chanin dan Stella McCartney mengeluarkan proyek fashion yang mengaplikasikan produksi yang beretika dengan mengangkat produk lokal dan buatan tangan, serta ramah pada hewan (Ertekin, Ozdamar, Atik, dan Denis, 2014).

Keberlanjutan fashion menjadi topik yang semakin berkembang setelah tragedi runtuhnya bangunan Rana Plaza di Bangladesh India yang disebut sebagai insiden paling mematikan dalam industri fashion. Insiden tersebut membunuh setidaknya 1.134 buruh pabrik dalam hitungan waktu kurang dari 90 detik. Rana Plaza adalah sebuah bangunan yang berisi tempat produksi bagi setidaknya 250 merek fashion internasional (Safi dan Rushe, 2018).



Gambar 2. Runtuhnya Rana Plaza

(Sumber: <https://www.nytimes.com/2013/05/23/world/asia/report-on-bangladesh-building-collapse-finds-widespread-blame.html>)

Sementara konsep keberlanjutan dalam fashion yang hingga saat ini banyak dipergunakan adalah konsep keberlanjutan oleh Kate Fletcher (2007) dengan mengadaptasi konsep *slow food* yang kemudian dikenal dengan istilah *slow fashion*, yaitu terkait dengan tanggung jawab dan kesadaran (Jung, 2014).

Keberlanjutan dalam fashion adalah sebuah istilah yang memperhatikan dan menekankan pada proses mulai dari desain, produksi, hingga saat produk tersebut di konsumsi (Hethorn, J dan Ulasewicz, C, 2008: xvii - xviii).

Fletcher (2008) membagi pendekatan produk untuk berkelanjutan menjadi 4 prinsip yang dapat dilakukan yaitu:

1. Menggunakan bahan yang meminimalisir dampak negatif terhadap lingkungan
2. Melakukan proses produksi yang beretika
3. Memperhatikan cara penggunaan dan perawatan produk:
4. Memperpanjang siklus kehidupan produk tersebut

Penggunaan bahan yang ramah lingkungan adalah pendekatan yang paling umum oleh desainer atau perusahaan yang ingin berkontribusi dalam pembangunan yang berkelanjutan. Akan tetapi menurut Fletcher (2008), pendekatan tunggal tidak mungkin dilakukan apabila terkait dengan keberlanjutan.

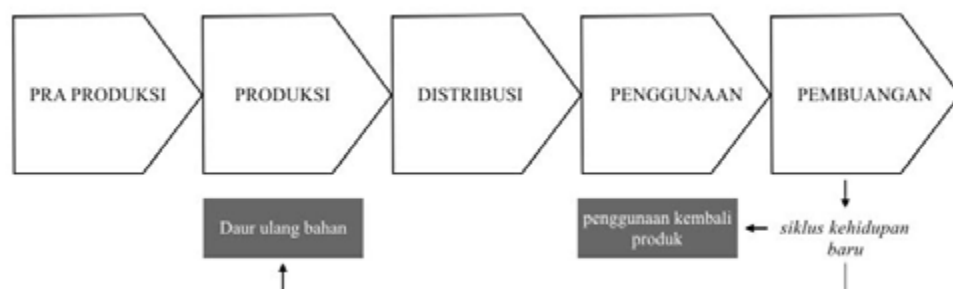
Organisasi Revolusi Fashion dalam sebuah Laporan Indeks Transparansi Fashion 2019 menyebutkan bahwa transparansi adalah salah satu tahap utama dalam perubahan industri fashion. Perusahaan-perusahaan fashion dituntut untuk transparan dalam pengelolaan produksi terkait tenaga kerja dan lingkungan.

Selain itu, merancang produk dengan kesadaran akan pentingnya penggunaan dan perawatan produk merupakan salah satu cara untuk mengurangi dampak negatif fashion terhadap lingkungan. Misalnya dengan pemilihan bahan yang mendukung pengurangan proses pencucian.

Salah satu prinsip pendekatan produk yang berkelanjutan adalah dengan memperpanjang umur dari siklus kehidupan sebuah produk. Cara paling umum adalah dengan strategi manajemen limbah, misalnya dengan efisiensi pengurangan limbah, penggunaan kembali, serta daur ulang.

Terdapat dua kemungkinan suatu produk mengulang kembali siklus hidupnya, yaitu penggunaan kembali produk tersebut oleh pengguna lainnya atau dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah *reuse*. Sedangkan kemungkinan kedua adalah produk tersebut di daur ulang kembali untuk kemudian di kembali pada tahapan produksi, atau dalam bahasa Inggris istilah ini dikenal dengan sebutan *recycle*. Sehingga, apabila di gambarkan dalam siklus tersebut seperti dibawah ini:





Gambar 3. Siklus Kehidupan Produk  
(Sumber: Handayani, 2019)

Pendekatan selanjutnya selain pendekatan produk, Fletcher (2008) membagi pendekatan sistem berkelanjutan menjadi 4 prinsip yang dapat dilakukan yaitu:

1. Membangun nilai kesadaran konsumen akan etika dan lingkungan dengan edukasi konsumen
2. Mendukung nilai-nilai lokal
3. Memperlambat sistem rantai kehidupan industri fashion dengan Slow Fashion
4. Mengembangkan desain aktif dan partisipatif

Fashion dan konsumsi selalu menjadi sumber utama terkait kontradiksi antara kepentingan ekonomi dan tujuan keberlanjutan. Fashion memiliki perbedaan konsep dengan pakaian, pakaian lebih menekankan pada kegunaan produk secara fisik, sedangkan fashion lebih pada nilai-nilai simbol dan aspek emosional pada konsumen (Fletcher, 2008: 117-119).

Fashion berkelanjutan dalam konteks konsumsi adalah mengenai mengubah paradigma konsumen mengenai nilai-nilai baru, yaitu fashion yang berkelanjutan dan beretika adalah nilai estetika baru dalam fashion.

Permasalahan lain dalam industri fashion adalah globalisasi, yaitu produksi skala besar serta perdagangan internasional yang berarti perlunya proses transportasi mulai dari bahan mentah hingga bahan jadi dan proses distribusi.

Akan tetapi, menurut Fletcher (2008), permasalahan emisi gas buang dari proses transportasi hanya salah satu dari permasalahan nilai-nilai lokal. Permasalahan lainnya seperti ketahanan ekonomi, keterlibatan sosial, serta keragaman estetik adalah hal-hal yang juga perlu diperhatikan.

*Slow Fashion* bukan merupakan lawan dari *Fast Fashion*, *slow fashion* merupakan keseluruhan sistem dengan desainer, produsen, penjual, hingga konsumen memahami bahwa produk yang dirancang, diproduksi, dijual, atau dikonsumsi oleh dirinya memiliki dampak baik langsung maupun tidak langsung terhadap pekerja, komunitas, dan ekosistem. (Fletcher, 2008: 173)



Gambar 4. *Slow Fashion*  
(Sumber: Handayani, 2019)

Produk-produk fashion yang ada saat ini umumnya merupakan hasil dari fashion yang pasif. Konsumen mengkonsumsi produk fashion yang telah disediakan oleh penjual dan produsen membuat rendahnya keterikatan dan kesadaran akan proses yang dilakukan mulai dari proses desain hingga produk jadi. Melalui penelitian yang dilakukan oleh Hirscher dan Niinimaki (2015), disebutkan bahwa apresiasi terhadap pakaian dapat dihasilkan melalui keterlibatan pengguna dalam proses produksinya.

Selain Fletcher, terdapat juga beberapa pendekatan untuk pembangunan fashion yang berkelanjutan. Henninger, Alevizou, dan Oates (2016) merumuskan keberlanjutan dalam fashion menjadi sebuah *sustainable fashion matrix* yang terdiri dari dua puluh satu poin, yaitu:

- a. Berpikiran kedepan
- b. Inovatif
- c. Desain yang beretika/berkelanjutan
- d. Bersumber secara etis
- e. Bermanfaat dan menarik
- f. Diproduksi secara lokal
- g. Teknik produksi yang dapat dilakukan adalah daur ulang, *upcycling*, atau menggunakan teknik tradisional
- h. Serba guna
- i. Mempromosikan perdagangan serta kebijakan upah yang adil
- j. Transparansi/ dapat dipertanggung jawabkan
- k. Melakukan pengecekan terhadap dampak negatif yang mungkin timbul
- l. Berfokus pada jangka panjang
- m. Berstandar lingkungan
- n. Memperhatikan hak asasi manusia dan kondisi lingkungan kerja
- o. Memberikan dukungan terhadap komunitas
- p. Finansial yang layak
- q. Bahan yang ramah lingkungan
- r. Sumber daya terbarukan
- s. Mengurangi penggunaan transportasi
- t. Fashion dengan kesadaran sosial
- u. Fashion dengan preservasi warisan budaya

Textiles, Environment, Design (Laitala, Boks, dan Klepp, 2015) juga mengembangkan pendekatan keberlanjutan dari segi desain, yaitu: Desain untuk (1) mengurangi sisa bahan, (2) Desain untuk mendaur ulang (*recycling/upcycling*), (3) Desain untuk mengurangi dampak kimia, (4) Desain untuk mengurangi pemakaian energi dan air, (5) Desain untuk mengeksplorasi kebersihan dan teknologi yang lebih baik, (6) Desain yang terinspirasi dari alam dan sejarah, (7) Desain untuk produksi yang beretika, (8) Desain untuk mengganti kebutuhan untuk mengkonsumsi, (9) Desain untuk mengurangi penggunaan material dan mengembangkan sistem serta servis, (10) Desain aktif, yaitu bekerja secara kreatif dengan konsumen dan masyarakat luas.

### Matriks Strategi Implementasi Perancangan Fashion Berkelanjutan

Berdasarkan tinjauan pustaka, dapat disimpulkan bahwa dasar dari konsep keberlanjutan dilandasi oleh tiga pilar keberlanjutan. Maka strategi perancangan fashion berkelanjutan harus didasarkan pada tiga prinsip tersebut yaitu; (1) prinsip ekologi, (2) prinsip ekonomi, dan (3) prinsip sosial.

Terdapat beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk mendukung perancangan fashion yang berkelanjutan berdasarkan kalimat-kalimat kunci yang didapatkan dari tinjauan pustaka. Dengan berbagai pendekatan untuk fashion berkelanjutan, maka merancang fashion berkelanjutan tidak dapat dilakukan dengan satu cara saja. Akan tetapi, setidaknya produk atau bisnis yang dikembangkan mengandung tiga prinsip keberlanjutan tersebut. Strateginya pun beragam dan dapat dipilih sesuai dengan kemungkinan produksi.

Berdasarkan hal-hal tersebut, berikut adalah matriks implementasi prinsip keberlanjutan yang dapat digunakan sebagai daftar periksa dan panduan dalam merancang produk fashion yang berkelanjutan:

Tabel 1. Matriks Implementasi Prinsip Keberlanjutan

PRINSIP	Ekologi	Ekonomi	Sosial
STRATEGI IMPLEMENTASI KEBERLANJUTAN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penggunaan material ramah lingkungan</li> <li>• Penggunaan material daur ulang/sisa bahan/limbah bahan lain</li> <li>• Penggunaan bahan yang dapat dibongkar untuk dirakit kembali</li> <li>• Mengurangi produksi limbah</li> <li>• Pengembangan bahan-bahan terbarukan</li> <li>• Penggunaan bahan berkualitas tinggi hingga memperpanjang masa hidup produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemberdayaan ekonomi lokal</li> <li>• Penggunaan teknologi pelacakan jumlah permintaan untuk jumlah produksi yang efisien</li> <li>• Penggunaan teknologi untuk efisiensi produksi</li> <li>• Memahami aspek emosional yang mempengaruhi konsumsi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transparansi</li> <li>• Edukasi konsumen</li> <li>• Penggunaan nilai-nilai lokal</li> <li>• Menerapkan slow fashion</li> <li>• Menerapkan desain aktif dan partisipatif</li> <li>• Mempromosikan fashion yang berkelanjutan sebagai nilai estetika baru</li> <li>• Pengembangan komunitas untuk mendukung nilai-nilai keberlanjutan</li> </ul>

## Simpulan

Pada dasarnya pada saat merancang fashion berkelanjutan yang terpenting adalah kesadaran akan proses dan aspek-aspek yang perlu diperhatikan mulai dari proses desain hingga produk tersebut sampai pada konsumen.

Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan saat merancang fashion berkelanjutan. Dengan menggunakan beberapa sumber untuk memantapkan peristilahan dan merumuskan prinsip-prinsip perancangan sneakers fashion berkelanjutan, maka pada dasarnya 3 pilar keberlanjutan terdiri dari prinsip (1) Ekologi, (2) Ekonomi, dan (3) Sosial.

Melalui penelitian ini, ditemukan rumusan matriks implementasi strategi perancangan fashion berkelanjutan yang dapat digunakan sebagai landasan dalam merancang. Terdapat enam (6) strategi implementasi menggunakan prinsip Ekologi, empat (4) strategi implementasi menggunakan prinsip Ekonomi, serta tujuh (7) strategi implementasi menggunakan prinsip Sosial.

## Referensi

- Bergquist, A. *Business and Sustainability: New Business History Perspectives*. Working Paper Harvard Business School 18-034 (2017) Available from: [https://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/18-034\\_39d7d71d-9e84-4e8b-97c0-0e626f75293c.pdf](https://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/18-034_39d7d71d-9e84-4e8b-97c0-0e626f75293c.pdf)
- Fletcher, K. 2008. *Sustainable Fashion and Textiles*. UK: Earthscan Publication
- Hethorn, J. Ulasewicz, C. *Sustainable Fashion, Why Now? A Conversation About Issues, Practices, and Possibilities*. New York: Fairchild Books Inc.
- Henninger CE, Alevizou PJ, Oates CJ. What is sustainable fashion?, *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*. 2016; Vol. 20 Issue: 4, pp.400-416. Available from: <https://dx.doi.org/10.1108/JFMM-07-2015-0052>.
- Hirscher, A. and Niinimäki, K. *Fashion Activism Through Participatory Design*. 10<sup>th</sup> European Academy of Design Conference- *Crafting the Future*. Available from: [https://www.researchgate.net/publication/304354045\\_Fashion\\_Activism\\_through\\_Participatory\\_Design](https://www.researchgate.net/publication/304354045_Fashion_Activism_through_Participatory_Design)
- Jung, S. *Slow Fashion: Understanding Potential Consumers and Creating Customer Value For Increasing Purchase Intention and Willingness To Pay a Price Premium*. Dissertation Doctoral of Philosophy. The University of North Carolina. Available from: [https://libres.uncg.edu/ir/uncg/f/Jung\\_uncg\\_0154D\\_11493](https://libres.uncg.edu/ir/uncg/f/Jung_uncg_0154D_11493). Pdf.
- Mukherjee, S. Environmental and Social Impact of Fashion: Towards an Eco-friendly, Ethical Fashion. *International Journal of Interdisciplinary and Multidisciplinary Studies*, 2015. Vol.2. No 3, p: 22-35. Available from: [www.ijims.com](http://www.ijims.com)