



SUSTAINABLE FASHION DI INDONESIA: STRATEGI DAN TANTANGAN BRAND JARUM HIJAU BY ALI CHARISMA

Ni Luh Ayu Pradnyani Utami^{1*}, Tjokorda Gde Abinanda Sukawati², Nyoman Dewi Pebryani³
Institut Seni Indonesia Denpasar^{1,2,3}

KATA KUNCI

sustainable, fashion, strategi, tantangan.

KEYWORDS

sustainable, fashion, strategy, challenges.

ABSTRAK

Peningkatan kesadaran global terhadap dampak industri pada lingkungan menjadikan pendekatan berkelanjutan di sektor fashion semakin penting. Indonesia memiliki industri tekstil dan fashion terbesar di Asia Tenggara, polusi dari proses produksi yang menimbulkan dampak pencemaran lingkungan. Sustainable fashion atau fesyen berkelanjutan hadir sebagai alternatif untuk mengurangi dampak ini melalui praktik ramah lingkungan. Brand Jarum Hijau by Ali Charisma adalah salah satu contoh implementasi sustainable fashion di Indonesia. Studi ini dilakukan dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan penelitian literatur, diuraikan dan dianalisis berdasarkan aspek sustainable fashion, yang terdiri dari lima pilar yang berfungsi sebagai acuan untuk praktik sustainable fashion. Penelitian ini mengkaji strategi yang diterapkan Jarum Hijau dalam praktik sustainable fashion serta tantangan yang dihadapinya, dengan tujuan memberikan wawasan tentang pengembangan industri fashion berkelanjutan di Indonesia. Melalui penelitian ini didapatkan hasil bahwa Brand Jarum Hijau by Ali Charisma memanfaatkan bahan ramah lingkungan, menerapkan teknik zero waste, produksi lokal, dan edukasi konsumen untuk mendukung penerapan sustainable fashion di industri fashion. Namun, tantangan seperti biaya produksi yang tinggi, kesadaran konsumen yang masih rendah, infrastruktur daur ulang yang terbatas, dan persaingan dengan fast fashion global tetap menjadi kendala.

INFORMASI ARTIKEL

Halaman 154-164



@2024 Penulis.
Dipublikasikan oleh
Pusat Penerbitan
LP2MPP Institut Seni
Indonesia Denpasar. Ini
adalah artikel akses
terbuka di bawah [CC-BY-NC-SA](#)

ABSTRACT

Increased global awareness of the impact of industry on the environment makes a sustainable approach in the fashion sector even more important. Indonesia has the largest textile and fashion industry in Southeast Asia, and pollution from the production process has an impact on the environment. Sustainable fashion comes as an alternative to reduce this impact through environmentally friendly practices. Jarum Hijau by Ali Charisma is one example of sustainable fashion implementation in Indonesia. This study was conducted by collecting data through interviews, observations, and literature research, described and analyzed based on aspects of sustainable fashion, which consists of five pillars that serve as a reference for sustainable fashion practices. This research examines the strategies applied by Jarum Hijau in the practice of sustainable fashion and the challenges it faces, with the aim of providing insight into the development of a sustainable fashion industry in Indonesia. Through this research, it was found that Brand Jarum Hijau by Ali Charisma utilizes environmentally friendly materials, applies zero waste techniques, local production, and consumer education to support

*E-mail korespondensi ayupradnyani@isi-dps.ac.id

the implementation of sustainable fashion in the fashion industry. However, challenges such as high production costs, low consumer awareness, limited recycling infrastructure, and competition with global fast fashion remain obstacles

1. PENDAHULUAN

Seiring meningkatnya kesadaran global terhadap dampak industri pada lingkungan, kebutuhan akan pendekatan berkelanjutan dan ramah lingkungan semakin mendesak. Industri fashion, khususnya fast fashion, telah menjadi salah satu sektor yang memiliki jejak karbon tinggi dan kontribusi besar terhadap pencemaran limbah tekstil. Di sisi lain, teknologi pemulihan dan konservasi lingkungan hadir untuk mendukung pemulihan ekosistem dan mitigasi dampak lingkungan dari berbagai industri, termasuk fashion. Sinergi antara sustainable fashion dan reka teknologi pemulihan serta konservasi lingkungan memiliki potensi besar dalam menciptakan sistem yang lebih ramah lingkungan, baik dari segi produksi maupun konsumsi.

Indonesia memiliki salah satu industri tekstil dan fashion terbesar di Asia Tenggara. Namun, industri ini memberikan kontribusi signifikan pada pencemaran lingkungan, terutama melalui limbah kimia dari proses pewarnaan dan pencucian. Menurut Deputi Bidang Penerapan Standar dan Penilaian Kesesuaian BSN, 33 juta ton tekstil yang diproduksi di Indonesia, berpotensi menghasilkan limbah dalam bentuk padat, cair dan gas sekitar 1 juta ton. Berdasarkan Laporan dari Bappenas, dari total keseluruhan limbah, persentase limbah tekstil meningkat dari 2,4 % pada tahun 2019 menjadi 6,99 % pada tahun 2021 [1].

Sustainable fashion hadir sebagai solusi untuk mengurangi dampak negatif ini melalui praktik yang lebih ramah lingkungan dan berorientasi pada keberlanjutan. *Sustainable fashion* menekankan pada penggunaan bahan baku yang lebih ramah lingkungan dan praktik produksi yang lebih etis. Menurut Fletcher, 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[2] Pendekatan ini melibatkan penggunaan serat alami seperti serat bambu, rami, atau kapas organik yang membutuhkan lebih sedikit air dan tidak menggunakan pestisida, sehingga mengurangi dampak negatif terhadap tanah dan air. *Sustainable fashion* juga mendorong konsep *circular economy*, yang bertujuan untuk memperpanjang siklus hidup produk fashion melalui daur ulang, *upcycling*, dan layanan perbaikan.

Oleh karena itu, *brand* lokal Indonesia yang memproduksi produk fashion ramah lingkungan pun semakin bermunculan. Salah satu brand lokal Bali, Jarum Hijau milik Ali Karisma, juga berkomitmen mengedepankan konsep fashion berkelanjutan pada sistem produksi pakaian. Mode berkelanjutan lebih dari sekedar tren, ini merupakan langkah penting menuju industri pakaian yang lebih berkelanjutan dan beretika. Namun, penerapan konsep ini menghadapi berbagai tantangan, baik dari sisi produksi, konsumen, maupun infrastruktur. Penelitian ini bertujuan untuk mengulas strategi-strategi utama yang diterapkan dalam *sustainable fashion* serta tantangan yang dihadapi oleh industri ini, khususnya sebagai studi kasus pada brand Jarum Hijau by Ali Charisma dalam menerapkan konsep fesyen berkelanjutan untuk menciptakan produk ramah lingkungan.

2. METODE

Penelitian ini dilakukan dengan metode penelitian kualitatif, data diperoleh dari sumber tertulis maupun secara verbal, serta pola perilaku dari objek yang diteliti. Menurut Raco dalam Fadli [3], tahapan penelitian kualitatif meliputi, identifikasi masalah, literatur review, tujuan penelitian, pengumpulan data, interpretasi data, dan pelaporan. Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif dengan melakukan tinjauan literatur secara rinci untuk mengumpulkan data berupa teori dan pengetahuan terkini terkait dengan masalah yang diteliti. Observasi kemudian dilanjutkan untuk memperoleh informasi dan data yang sah dan relevan tentang subjek penelitian. Data dikumpulkan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan hasil yang diperoleh dari observasi dan penelitian disajikan dalam bentuk tulisan. Metode pengumpulan data meliputi observasi langsung, dokumentasi, dan referensi sumber pustaka.

Informasi yang dikumpulkan melalui pendekatan ini diilustrasikan melalui narasi yang terdokumentasi sebagai hasil observasi, dokumentasi, dan tinjauan pustaka. Observasi juga dilakukan terhadap produk brand Jarum Hijau baik dari segi bahan, proses produksi, hingga keterkaitannya dengan konsep fesyen berkelanjutan. Wawancara dilakukan dengan Ali Charisma, desainer dan pemilik brand Jarum Hijau, serta pakar industri fashion, sehingga memberikan informasi dan data mengenai fokus penelitian mengenai strategi dan tantangan brand Jarum Hijau by Ali Charisma dalam menjalankan *sustainable fashion*.

Penelusuran berbagai literatur dilakukan dengan menggunakan jurnal, penelitian terdahulu, dan buku-buku tentang teori, keberlanjutan, desain, dan estetika fesyen. Klasifikasi data yang dilakukan dalam penelitian ini berupa pengelompokan data berdasarkan pokok-pokok yang dibahas dalam rumusan masalah yaitu strategi dan tantangan brand jarum hijau by Ali Charisma dalam praktik fesyen berkelanjutan. Data penelitian ini dianalisis secara deskriptif, kualitatif, dan interpretatif. Selanjutnya dilakukan pemaparan dan identifikasi terkait Strategi praktik keberlanjutan brand Jarum Hijau Ali Charisma dikaji menggunakan lima pilar *sustainable fashion* yang disampaikan oleh Kozlowsky yaitu aspek ekologi atau lingkungan, sosial, ekonomi, estetika dan budaya

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil/Deskripsi Data

Industri fashion di seluruh dunia mulai mengadopsi inisiatif fashion yang berkelanjutan sebagai tanggapan terhadap peningkatan kesadaran akan keberlanjutan dan sebagai upaya untuk mengurangi jumlah limbah yang terus meningkat. Industri pakaian telah berfokus pada mode ramah lingkungan karena semakin banyak orang yang menyadari efek negatif dari pembuatan pakaian konvensional.

Sekitar tahun 1960an, konsep fashion yang ramah lingkungan muncul untuk pertama kalinya. Konferensi Komisi Dunia tentang Pembangunan Lingkungan Hidup tahun 1987 adalah tempat pertama istilah "fashion berkelanjutan" digunakan. Namun, konsep keberlanjutan semakin populer di industri fashion baru-baru ini. Selama sepuluh tahun terakhir, para desainer fashion, industri ritel, akademisi, dan pemerhati lingkungan hidup telah bersemangat mencari cara-cara dan peluang untuk

mengembangkan mode berkelanjutan. Hal ini didorong oleh kritik yang dibuat oleh media dan konsumen tentang efek negatif dari sistem fashion global dan *fast fashion* yang sedang populer saat ini [4].

Sektor ramah lingkungan menjadi sangat penting dalam industri mode, karena kampanye fesyen berkelanjutan baru-baru ini muncul di Indonesia. Setiap desainer harus mempertimbangkan aspek ramah lingkungan saat membuat produk mereka [5]. Menurut Henninger, tujuan dari mode berkelanjutan adalah untuk menyatukan perspektif desainer, produsen, distributor, dan konsumen untuk bekerja sama untuk menyatukan pandangan agar mode dapat tergiring ke arah yang lebih baik dari produksi hingga konsumsi [6].

Mode berkelanjutan adalah pendekatan untuk merancang, membuat, dan menggunakan pakaian dengan mempertimbangkan dampak yang dihasilkannya terhadap masyarakat, lingkungan, dan ekonomi. Selain itu, mode berkelanjutan mendorong kesadaran akan penggunaan barang yang lebih bertanggung jawab. Mode dan perubahan budaya merupakan aspek penting dari mode berkelanjutan. Konsumen yang mendukung brand yang berkomitmen pada praktik berkelanjutan telah meningkat sebagai akibat dari meningkatnya kesadaran akan masalah lingkungan dan sosial.

Jarum Hijau by Ali Charisma adalah salah satu brand busana yang mengadopsi prinsip konsep berkelanjutan saat membuat produk fashion. Brand ini didirikan oleh desainer terkenal Ali Charisma pada pertengahan tahun 2021. Ali Charisma adalah desainer busana Indonesia yang tinggal di Bali. Memulai karirnya dalam mode desain 20 tahun lalu. Berawal dari 2012, banyak demonstrasi atau protes tentang efek *fast fashion* telah terjadi di seluruh dunia, baik secara online maupun offline. Ali Charisma juga tertarik untuk mengurangi dampak dari mode cepat. Dimulai dengan mengubah kebiasaan diri sendiri, yang kemudian disesuaikan dengan merek busananya. Ketika pandemi COVID-19 melanda tahun 2020, muncul gagasan untuk membangun merek berdasarkan konsep yang bertahan lama.

Selama pandemi, rumah menjadi tempat banyak orang beraktivitas. Ali berusaha membuat koleksi pakaian yang nyaman dan santai untuk dikenakan saat beraktivitas di rumah. Hal ini juga dipengaruhi oleh tren mode yang beralih ke pakaian rumah (*loungewear*). Selain membuat pakaian yang nyaman di pakai, dalam produksi juga harus mempertimbangkan gaya pakaian yang mengurangi limbah bahan. Brand Jarum Hijau akhirnya dibuka pada akhir tahun 2021 setelah melakukan riset pasar.

Menurut Ali, nama brand Jarum Hijau menunjukkan bahwa mereka berusaha menggunakan proses yang etis saat membuat produk, baik untuk lingkungan maupun untuk karyawan mereka. Koleksi Jarum Hijau lebih menekankan kualitas bahan dan desain yang mudah untuk dipadu padankan. Hingga tahun 2024 brand Jarum Hijau by Ali Charisma telah membuka empat cabang butik yang terletak di beberapa daerah di Bali yaitu Ubud, Canggu, Kerobokan dan Sanur.

Dalam menjalankan brand yang mengusung konsep fesyen berkelanjutan, Jarum Hijau memikirkan strategi-strategi yang harus ditempuh untuk mewujudkan produk yang ramah lingkungan. Jika di kaji lebih dalam, strategi yang diterapkan brand Jarum Hijau sesuai dengan konsep lima pilar *sustainable fashion* yang dikemukakan Kozwolski dkk, yaitu berlandaskan prinsip keberlanjutan dalam lima aspek utama: lingkungan, sosial, ekonomi, estetika, dan budaya.



Gambar 1. Koleksi Busana Brand Jarum Hijau by Ali Charisma
(Sumber : (@jarumhijau_blacklabel)[7])

Kozwolski menjelaskan, tiga dimensi biasanya digunakan dalam model keberlanjutan: 1. Lingkungan, 2. Sosial, dan 3. Ekonomi. Namun, dalam hal mode berkelanjutan, konsep ini dapat diperluas menjadi pendekatan lima dimensi untuk keberlanjutan mode dengan menambahkan dimensi keberlanjutan estetika dan budaya. Dimensi estetika diterapkan pada tingkat produk, sedangkan dimensi budaya membutuhkan pendekatan sistemik [8].



Gambar 2. Pilar sustainable fashion
(Sumber : Kozwolski dkk, 2019[8])

Aspek lingkungan berhubungan dengan cara manusia mempertahankan kelestarian alam. Dalam laporan International Labour Organization Asia-Pacific (EXCAP, 2021), dampak lingkungan pada industri fashion dan tekstil difokuskan pada titik-titik tertentu dalam rantai pasokan, seperti proses manufaktur, menenun, pewarnaan, dan finishing; penggunaan energi di seluruh rantai pasokan, terutama pada proses manufaktur dan pembuatan material; dan limbah tekstil yang dihasilkan selama proses pembuatan bahan; emisi yang dihasilkan oleh pengangkutan di seluruh rantai pasokan, mulai dari bahan baku hingga produk akhir yang dikirim ke seluruh dunia [5].

Aspek sosial berkaitan dengan kesejahteraan dan kesetaraan manusia; dalam hal ini, kesejahteraan dan kesetaraan individu yang bekerja dalam industri fashion [9]. Aspek sosial, seperti hak buruh dan kesejahteraan pekerja di seluruh rantai pasok, adalah bagian penting dari mode hijau. Hal ini

termasuk memastikan upah yang layak, lingkungan kerja yang aman, dan kesetaraan pekerja di pabrik pakaian.

Fashion berkelanjutan, sebagai komponen ekonomi, diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi tanpa merusak lingkungan atau mengabaikan aspek sosialnya [9]. Aspek estetika berkaitan dengan tingkat produk. Menurut Harper dalam Niinimäki [8] Aesthetic sustainability didefinisikan sebagai sesuatu yang tahan lama, menarik, dan tidak rusak oleh waktu, seperti pakaian.

Semua jenis perilaku, seni, kepercayaan, institusi, dan produk lain dari karya dan pemikiran manusia yang ditransmisikan secara kolektif disebut budaya. Aspek budaya (culture) dalam praktik mode yang berkelanjutan mengacu pada budaya atau etika dalam bekerja dan penggunaan sumber daya yang tepat [9].

3.2 Pembahasan

1. Strategi Brand Jarum Hijau dalam *Sustainable fashion*

a. Penggunaan Material Berkelanjutan

Salah satu strategi utama Jarum Hijau adalah fokus pada bahan berkelanjutan yang berasal dari serat alami dan bahan daur ulang. Dalam hal ini, brand Jarum Hijau berusaha menerapkan pilar *sustainable fashion* yaitu pada aspek lingkungan. Ali Karisma memilih material seperti katun, linen, viscose, dan sutera. dan serat daur ulang yang tidak hanya lebih ramah lingkungan tetapi juga memberikan kenyamanan pada pemakai. Alih-alih hanya menggunakan bahan sintetis, brand ini juga mulai mengembangkan produk dari bahan daur ulang, seperti eco-print dan kain hasil recycle, serta teknik pewarnaan alami.



Gambar 3. Blouse dengan Bahan Ecoprint
[Sumber: Tim peneliti, 2024]



Gambar 4. Produk dengan Metode Upcycling dan Bahan Recycling
[Sumber: Tim peneliti, 2024]

b. Desain untuk mengurangi sisa bahan

Brand ini berfokus pada kualitas, baik dalam hal material kain, kualitas, teknik jahitan, dan proses manufaktur, sehingga produk tetap berkualitas tinggi dan tahan lama. Akibatnya, pelanggan dapat menggunakan produk untuk waktu yang lama. Penggunaan bahan ini membantu mengurangi jejak karbon dan limbah tekstil karena bahan tersebut dapat terurai lebih cepat dibandingkan bahan sintetis. Selain itu, di beberapa desain busana brand Jarum Hijau menerapkan pola *zero waste* untuk meminimalkan limbah kain. Menurut Rissanen dan McQuillan dalam Faza(2021) ,mendefinisikan pola zero waste sebagai pendekatan desain yang memaksimalkan penggunaan kain sehingga limbah produksi dapat diminimalisir [10].

Penggunaan pola zero waste merupakan salah satu upaya untuk memenuhi pilar *sustainable fashion* yaitu aspek lingkungan dan estetika. Pola *zero waste* menghasilkan hasil akhir busana yang memiliki potongan *timeless* dan *one-size fit-all* sehingga memungkinkan untuk memperpanjang umur pakai produk. Jarum Hijau berfokus pada desain yang *timeless* dan minimalis, dengan memanfaatkan pola H dan A yang longgar dan nyaman. Konsep desain ini memungkinkan produk untuk tetap relevan dalam jangka waktu lama, sesuai dengan tren mode yang tidak cepat usang, serta menyesuaikan dengan gaya busana *androgyny* yang dapat dikenakan oleh berbagai kalangan. Strategi ini adalah upaya nyata dalam mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, sekaligus meningkatkan durability dengan tetap memikirkan nilai estetis produk.



Gambar 5. Desain busana dengan teknik *zero waste*
(Sumber : (@jarumhijau_blacklabel))[7]

c. Produksi Lokal dan Etis

Produksi dilakukan secara lokal dengan melibatkan para pengrajin dari daerah Badung Bali, yang juga membantu dalam pemberdayaan ekonomi komunitas lokal. Selain itu, strategi ini memungkinkan Jarum Hijau untuk lebih mudah memantau proses produksi, kegiatan produksi berlangsung secara transparan, terutama dalam pemberian upah dan diskusi terbuka antara desainer dan pekerja mengenai teknik perwujudan desain. Hal ini membuka peluang pengrajin untuk turut serta dalam keputusan kreatif. Strategi ini tidak hanya meningkatkan kualitas produk, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi pada masyarakat lokal.

Pemilik brand memantau dan memastikan bahwa produk dibuat secara etis agar pekerja mendapatkan upah yang adil. Ekonomi lokal didukung dengan melibatkan pengrajin dan menggunakan bahan baku dari toko-toko lokal untuk mengurangi biaya transportasi dan emisi karbon. Dengan pendekatan produksi lokal, Jarum Hijau dapat menekan biaya distribusi sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi komunitas setempat, khususnya di Denpasar dan Badung. Strategi ini menciptakan sinergi antara produksi berkelanjutan dan peningkatan kesejahteraan ekonomi. Dengan demikian, Jarum Hijau tidak hanya menargetkan keberlanjutan lingkungan tetapi juga keberlanjutan sosial dan ekonomi, di mana kesejahteraan para pekerja turut diperhatikan. Upaya ini telah memenuhi aspek sosial dan ekonomi dari 5 pilar sustainable fashion.

d. Edukasi Konsumen

Ali Karisma juga berupaya meningkatkan kesadaran konsumen akan dampak lingkungan dari fashion melalui kampanye dan edukasi. Mengingat bahwa banyak konsumen masih kurang menyadari dampak negatif dari *fast fashion*, Jarum Hijau aktif mempromosikan prinsip-prinsip *sustainable fashion* melalui media sosial dan platform pemasaran. Melalui media sosial instagram jarumhijau_blacklabel dan website jarumhijau.com, brand ini mengedukasi dengan menyisipkan unggahan dengan kampanye terkait fesyen berkelanjutan, serta informasi tentang produk. Selain itu brand ini kerap mengadakan program kolaborasi bertajuk 'restart programe' yang mengajak para desainer lain untuk ikut dalamgerakansustainable fashion dengan menciptakan koleksi recycle dan upcycle yang inovatif dan berkualitas tinggi. Hal ini menunjukkan kepada konsumen bahwa brand

Jarum Hijau by Ali Charisma memang bersungguh-sungguh dalam mengedukasi masyarakat khususnya sesama penggiat fashion untuk ikut andil dalam mewujudkan fesyen yang berkelanjutan.



Gambar 6. Kampanye Sustainable Fashion Melalui Restart Programme
(Sumber : (@jarumhijau_blacklabel)[7])

2. Tantangan dalam Menjalankan *Sustainable Fashion*

a. Biaya Produksi dan Harga Pasar

Sustainable fashion sering kali memerlukan investasi lebih besar untuk bahan ramah lingkungan, teknik zero waste, dan upah layak untuk pengrajin. Hal ini menyebabkan produk Jarum Hijau dijual dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan produk *fast fashion*, sehingga perlu usaha dalam mengedukasi konsumen mengenai nilai dan manfaat dari *sustainable fashion* agar mereka bersedia membayar lebih untuk produk yang bertanggung jawab secara lingkungan dan sosial.

b. Kesadaran Konsumen yang Masih Terbatas

Kesadaran konsumen di Indonesia tentang *sustainable fashion* masih dalam tahap awal. Banyak konsumen yang lebih memilih produk dengan harga murah tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap lingkungan. Untuk mengatasi hal ini, edukasi konsumen menjadi bagian penting dari strategi pemasaran Jarum Hijau, mengingat bahwa keberhasilan *sustainable fashion* sangat tergantung pada kesadaran konsumen tentang pilihan produk yang lebih berkelanjutan.

c. Infrastruktur Daur Ulang yang Terbatas

Infrastruktur untuk mendaur ulang tekstil di Indonesia masih terbatas. Meskipun Jarum Hijau berusaha memanfaatkan kain perca untuk produk tambahan, keterbatasan fasilitas daur ulang dapat

menghambat upaya produksi berkelanjutan secara penuh. Tantangan ini menjadi alasan penting bagi brand untuk berinovasi dalam penggunaan bahan baku lokal dan mengurangi ketergantungan pada sistem daur ulang.

d. Kompetisi dengan *Fast fashion* Global

Fast fashion yang menawarkan produk murah dan tren cepat menjadi pesaing berat bagi brand *sustainable fashion* seperti Jarum Hijau. Kompetisi ini menuntut Jarum Hijau untuk terus berinovasi dan menawarkan nilai yang berbeda, seperti daya tahan bahan, desain timeless dan inovasi desain yang berakar pada budaya Indonesia, dan nilai etis dalam proses produksi, sehingga bisa bersaing lebih kompetitif di industri fesyen.

SIMPULAN DAN SARAN

Meningkatnya kesadaran global terhadap dampak lingkungan telah mendorong industri fashion, terutama di sektor *fast fashion*, untuk mengadopsi pendekatan yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan. Industri fashion yang biasanya menghasilkan limbah tekstil dan jejak karbon tinggi kini menghadapi tuntutan untuk menerapkan teknologi pemulihan lingkungan dan praktik *sustainable fashion*. Salah satu contoh brand lokal berbasis di Bali yang menerapkan *sustainable fashion* adalah Jarum Hijau, milik desainer Ali Charisma.

Brand ini memanfaatkan bahan baku berkelanjutan, menerapkan teknik zero waste, dan memproduksi secara lokal untuk memberdayakan komunitas lokal. Jarum Hijau juga aktif mengedukasi konsumen tentang dampak negatif *fast fashion* dan pentingnya memilih produk yang berkelanjutan. Meskipun demikian, brand ini menghadapi beberapa tantangan, seperti biaya produksi yang tinggi, rendahnya kesadaran konsumen, keterbatasan infrastruktur daur ulang, serta persaingan ketat dengan *fast fashion* global.

Secara keseluruhan, Jarum Hijau berusaha mengintegrasikan lima pilar *sustainable fashion*, yakni lingkungan, sosial, ekonomi, estetika, dan budaya sebagai strategi dalam mewujudkan brand yang mengedepankan proses produksi yang etis. Upaya ini menunjukkan bahwa mode berkelanjutan bukan hanya tren, tetapi langkah konkret untuk menciptakan masa depan industri fashion yang lebih bertanggung jawab. Diperlukan kolaborasi antara pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat untuk mendukung ekosistem fashion berkelanjutan yang kokoh di Indonesia.

Dengan menyoroti pendekatan strategis dan kendala yang dihadapi oleh brand Jarum Hijau, penelitian ini menawarkan wawasan mengenai upaya untuk mengurangi dampak lingkungan sekaligus memperkuat aspek sosial dan ekonomi melalui pemberdayaan pengrajin lokal dan pemilihan bahan baku ramah lingkungan. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi brand lain yang ingin beralih ke model bisnis berkelanjutan dan bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan yang mendukung ekosistem *sustainable fashion* di Indonesia.

REFERENSI

- [1] “BSN dan PTB Susun Rekomendasi Pengelolaan Sludge pada Industri Tekstil - BSN - Badan Standardisasi Nasional - National Standardization Agency of Indonesia - Setting the Standard in Indonesia ISO SNI WTO”. <https://bsn.go.id/main/berita/detail/21428/bsn-dan-ptb-susun-rekomendasi-pengelolaan-sludge-pada-industri-tekstil>(diakses 20 Oktober 2024)
- [2] M. S. I. P. F. B. R. B. B. Handayani, K. Utama, and Y. Yan, “MATRIKS STRATEGI IMPLEMENTASI PERANCANGAN FASHION BERKELANJUTAN,” 2020.
- [3] M. Rijal Fadli, “Memahami desain metode penelitian kualitatif,” vol. 21, no. 1, pp. 33–54, 2021, doi: 10.21831/hum.v21i1.
- [4] M. Yunita Tanzil, B. ComDes, and M. Fashion, “Proceeding Contents Sustainability Culture THE SUSTAINABLE PRACTICES OF INDONESIAN FASHION BRANDS.”
- [5] T. Larissa and B. Titisari, “Analisis Praktik *Sustainable fashion* pada Brand Sejauh Mata Memandang.”
- [6] S. Q. Sayyida and M. Wardaya, “*Sustainable fashion*, Investasi pada Produk Fashion yang Berkualitas untuk Mengurangi Limbah Fashion yang Menumpuk,” *Nirmana*, vol. 21, no. 2, pp. 87–91, Feb. 2022, doi: 10.9744/nirmana.21.2.87-91.
- [7] “Jarum Hijau Black Label by Ali Charisma (@jarumhijau_blacklabel) • Instagram photos and videos”. https://www.instagram.com/jarumhijau_blacklabel/
- [8] A. Kozłowski, M. Bardecki, and C. Searcy, “Tools for *sustainable fashion* design: An analysis of their fitness for purpose,” *Sustainability (Switzerland)*, vol. 11, no. 13, Jul. 2019, doi: 10.3390/su11133581.
- [9] H. Dwi Sundari, “GERAKAN PENDIDIKAN RAMAH LINGKUNGAN MELALUI WORKSHOP *SUSTAINABLE FASHION*,” *Jurnal Cendekiawan Ilmiah PLS*, vol. 8, 2023, doi: 10.37058/jpls.v7i1.
- [10] S. Rahmani Faza dan Faradillah Nursari, S. Rahmani Faza, dan Faradillah Nursari, P. Studi Kriya, and F. Industri Kreatif, “Pengaplikasian Teknik Pola Zero Waste Pada Busana Ready-To-Wear Pria.”