

## BAB IV PENUTUP

### A. Kesimpulan

Dari rumusan masalah yang sudah ada, penulis mendapatkan konklusi bahwa memang Setali Indonesia sudah menerapkan konsep keberlanjutan atau *sustainability* dengan baik. Dalam hal ini, penerapannya seperti; dari hulu ke hilir semuanya bersifat transparan, pembagian upah yang sama rata, dan juga tidak menggunakan bahan-bahan baru dalam proses pengolahannya. Dalam prosesnya, Setali Indonesia membaginya dalam beberapa bagian; pakaian yang telah datang atau disumbangkan kepada Setali Indonesia, disortir dan dibagi menjadi 2; pakaian yang masih dalam kondisi baik dan layak, lalu pakaian yang sudah rusak dan memang tidak layak. Pakaian yang masih dalam kondisi baik akan dijual dalam *garage sale* yang biasa Setali Indonesia adakan setiap setahun sekali, dijual kembali di *e-commerce*, atau pakaian tersebut akan dikurasi kembali untuk dijadikan *visual merchandise* untuk *thrift items* di Subo Listening Bar, Jakarta Selatan. Sedangkan untuk pakaian yang sudah rusak dan tidak layak pakai, Setali Indonesia akan memisahkannya untuk di-*upcycle*; mengubah limbah pakaian tersebut menjadi pakaian baru, karya seni, bahkan aksesoris fashion dan rumah tangga.

Setali Indonesia sudah memberikan kontribusi yang sangat besar pada permasalahan limbah tekstil di Jakarta. Seperti bekerjasama dengan beberapa perusahaan non-pemerintah maupun pemerintahan untuk memberikan *awareness* yang lebih luas pada masyarakat, mengolah kurang lebih 25 ton limbah sedari berdirinya Setali Indonesia di tahun 2018, berkolaborasi dengan banyak *brand* besar agar mereka berani melangkah ke arah yang lebih sehat, baik itu untuk lingkungan maupun orang-orang di dalamnya. Beberapa dampak positif yang telah didapat dalam aspek sosial diantaranya adalah berkurangnya limbah tekstil dalam skala rumah tangga, juga banyak

masyarakat, desainer dan *brand-brand* sudah mulai beralih ke proses produksi yang lebih sehat untuk lingkungan dan pekerjaanya.



## B. Saran

Menurut penulis, Setali Indonesia sudah dengan baik menerapkan konsep *sustainable fashion* dalam model bisnisnya. Selain itu, banyak hambatan yang terjadi di saat penulis melakukan penelitian ini, seperti pekerja yang memang tidak banyak (termasuk penulis sendiri) sehingga dalam waktu yang bersamaan, untuk memproses limbah tekstil yang masuk dalam jumlah belasan ton itu cukup berat. Selain itu, penulis melihat bahwa banyak perusahaan maupun *brand* besar yang memang belum menerapkan konsep *sustainable fashion* secara holistik, melainkan hanya menganggap *sustainable fashion* adalah salah satu isu yang cocok untuk *PR campaign*-nya saja. Tetapi sebagai solusi, Setali Indonesia memberikan arahan terhadap perusahaan maupun *brand* tersebut agar penerapan konsep *sustainability* lebih dimaksimalkan, dan agar diterapkan menjadi solusi jangka panjang.

Dalam penelitian ini, sudah terlihat bahwa seiring berjalannya waktu, isu terkait lingkungan terutama limbah tekstil akan semakin besar, berjalan bersamaan dengan masyarakat yang sudah cukup *awake* akan masalah-masalah lingkungan. Perilaku masyarakat akan berubah, mereka akan semakin memperhatikan dan merasa membutuhkan lingkungan, terutama apabila di era digital ini dimana informasi mudah sekali untuk diakses. Banyak berita maupun informasi mengenai betapa sekaratnya Bumi kita. *One thing for sure, people are evolving.* Menurut penulis, Setali Indonesia selain membantu menyelesaikan permasalahan lingkungan yang ada, juga berhasil mendapatkan *profit* atau keuntungan. Mungkin peribahasa ini cocok untuk menggambarkan Setali Indonesia; *sambil menyelam, minum air.*

## DAFTAR PUSTAKA

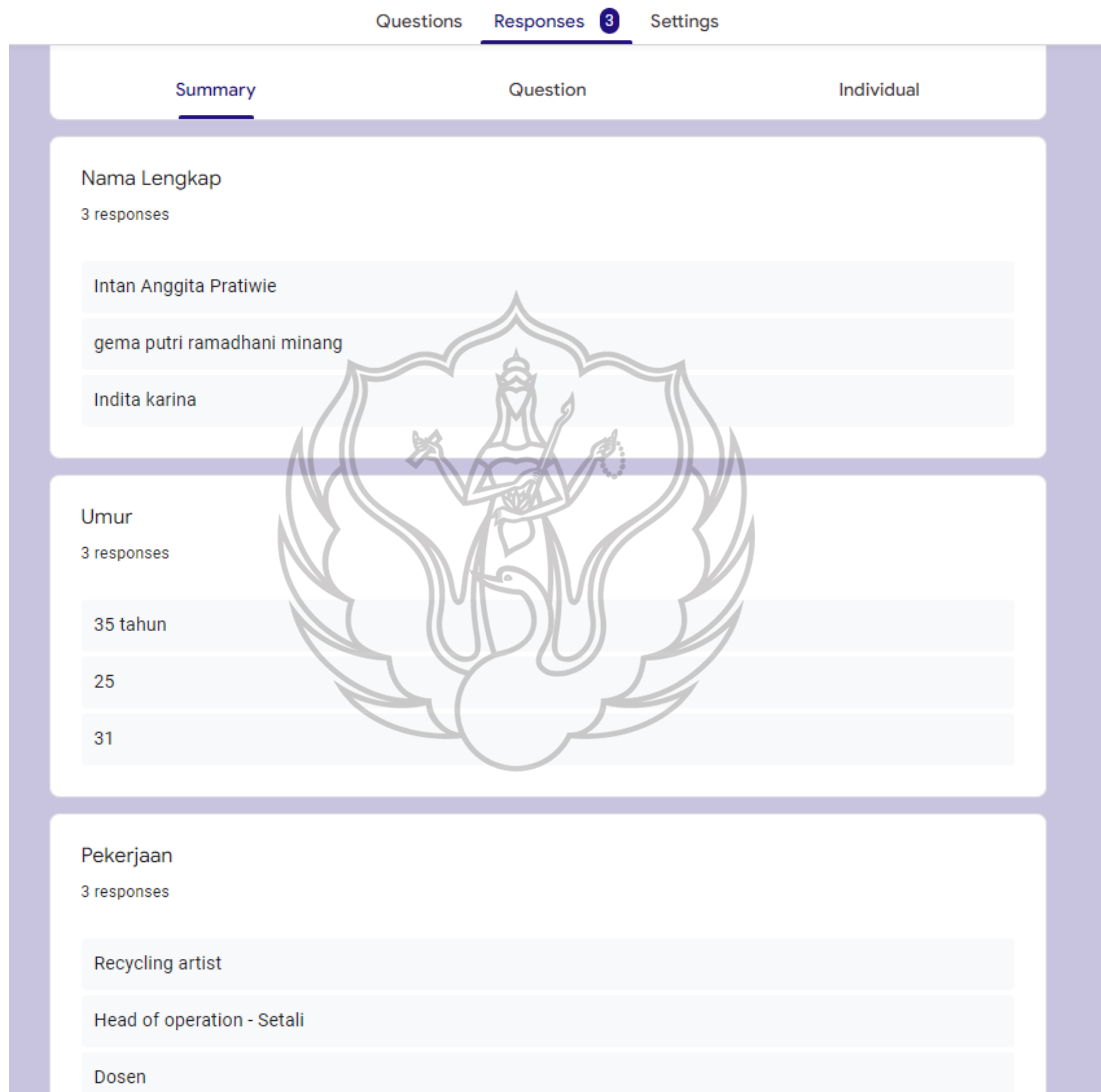
- Aako, M. & Koskennurmi-Sivonen, R. 2013. *Designing Sustainable Fashion: Possibilities and Challenge, Research Journal of Textile and Apparel, Vol 17 (No, 1), pp. 13-22*, Emerald Group Publishing Limited.
- Berfield, S. 2015. *Making Ethical Chic*. Bloomberg Businessweek, 4454, pp.56
- Black, S. 2009. *The Role of Nanotechnology in Sustainable Textiles*, In: R.S. Blackburn, ed. *Sustainable textiles: Life cycle and environmental impact*, Woodhead Publishing, Oxford, pp. 302- 328.
- Blanchard, T. 2019. *Who Made My Clothes? Stand up for workers' rights with Fashion Revolution Week*. The Guardian.
- Creswell, J.W. 2012. *Educational. ReASEARCH: Planning, Conducting, and Evaluating. Quantitative and Qualitative. Research 4th. Edition*. Boston: Pearson.
- Fletcher, K. 2008. *Sustainable Fashion and Textiles: Design Journey*. Earthscan. London.
- Ghony, M.D. dan Almanshur, F. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.
- Henninger, C. E., Alevizou, P. J., & Oates, C. J. 2016. *What is sustainable fashion? Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*.
- Johnston, et al. 2008. *Gold Nanoparticles as Colourants in High Fashion Fabrics and Textiles'*. 712-715.
- Kementrian Perindustrian RI. 2021. *Buku Analisis Perkembangan Industri*. Jakarta.
- Michael Huberman dan Mathew B. Miles. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI. Press.
- Muazimah, A. 2020. *Pengaruh Fast Fashion Terhadap Budaya Konsumerisme dan Kerusakan Lingkungan di Indonesia*.
- Rukhaya, S., Yadav, S., Rose, N. M., & Grover, A. 2021. *Sustainable approach to counter the environmental impact of fast fashion*. 517–523.

- Schnaiberg, Allan. 1980. *The Environment, from Surplus to Scarcity*. Oxford: Oxford University Press. ISBN 978-019-5026-10-8.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:
- Susilo, Rachmad Dwi. 2014. *Sosiologi Lingkungan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Tanzil, M. Y. 2017. *The Sustainable Practices of Indonesian Fashion Brands*.
- Wegener, Charlotte (2016). *Creativity — A New Vocabulary*. 181-188.



## LAMPIRAN KUESIONER

Berikut merupakan lampiran kuesioner via *Google Forms* yang ditujukan untuk tiga narasumber; Intan Anggita Pratiwie selaku *Co-founder* dari Setali Indonesia, Gema Minang selaku *Head of Director* dari Setali Indonesia, dan Indita Karina selaku *Head of Research* dari Setali Indonesia.



The screenshot displays the 'Responses' tab of a Google Form. At the top, there are navigation tabs: 'Questions', 'Responses' (with a '3' indicator), and 'Settings'. Below this, there are three sub-tabs: 'Summary', 'Question', and 'Individual'. The 'Summary' tab is selected, showing three sections of responses:

- Nama Lengkap** (3 responses):
  - Intan Anggita Pratiwie
  - gema putri ramadhani minang
  - Indita karina
- Umur** (3 responses):
  - 35 tahun
  - 25
  - 31
- Pekerjaan** (3 responses):
  - Recycling artist
  - Head of operation - Setali
  - Dosen

A large, faint watermark of the ISI Yogyakarta logo is centered over the response data.

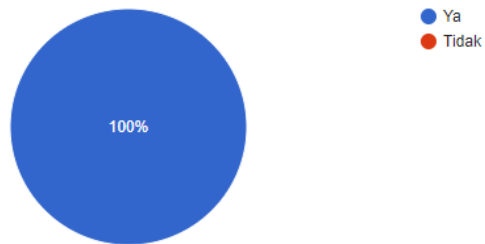
Head of operation - Setali

Dosen


Dengan sadar akan menjawab pertanyaan-pertanyaan di bawah ini dengan jujur dan terbuka?

 Copy

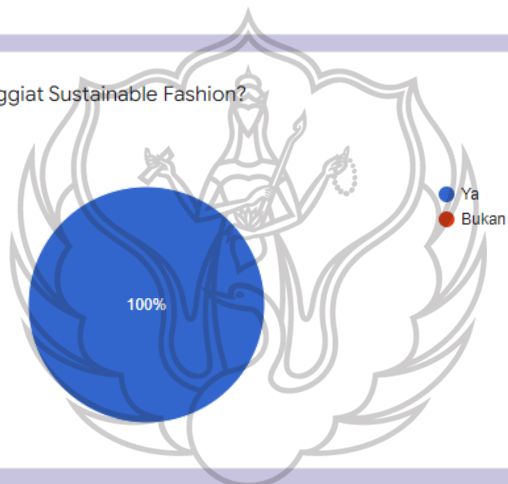
3 responses



Apakah anda penggiat Sustainable Fashion?

 Copy

3 responses



Apa definisi Sustainable Fashion menurut anda?

3 responses

Budaya mode berkelanjutan yang bersandingan dengan ekologi (tidak merugikan lingkungan hidup/alam) baik sda maupun sdm

fesyen dan mode yang mengedepankan keberlanjutan, kesejahteraan dan timeless design

Mode berkelanjutan yang mempunya impact positif terhadap lingkungan

Apa definisi Fast Fashion menurut anda?

3 responses

Siklus mode yang cepat dr hulu ke hilir, sejak produksi hingga penjualan hanya butuh waktu 14 hari

fesyen yang berorientasi pada akumulasi keuntungan dan volume yang besar

Produksi baju secara massal dengan perputaran siklus yg sangat cepat, dampaknya merugikan bumi dan jg pekerjaanya yg sering dibayar dgn upah rendah.

Apakah konsep Sustainable Fashion penting untuk disuarakan? Jikalau iya, mengapa?

3 responses

Iya, supaya bisa menjadi penyeimbang dan mengurangi mode yang berdampak buruk pada lingkungan

penting karena bumi ini memiliki keterbatasan sehingga untuk menjamin keberlangsungan lingkungan dan seluruh pengisi bumi ini diperlukan perubahan pd sistem produksi industri fesyen

Ya, sudah seharusnya semua desainer menyuarakan pergerakan sustainable fashion di ambang dunia yg sudah terancam krisis iklim darurat



Menurut anda, apakah orang-orang akan lebih peduli dengan pakaian mereka jika mereka memahami rantai/proses produksi – atau dari mana asalnya pakaian yang mereka pakai? Jika iya, mengapa?

3 responses

Betul, karena mereka jadi paham bagaimana cara menghargai selembar pakaian dan lebih peduli terhadap lingkungan saat tahu fakta serta datanya

iya, sering kali orang2 abai akan dampak dr efek konsumsi krn kurangnya pengetahuan mengenai proses pembautan dari barang2 tsb sehingga jd penting untuk para penggiat sustainable fashion agar dapat memberikan edukasi mengenai proses2 tsb untuk meningkatkan awareness masyarakat

Ya, sedikit2 demi sedikit dari info yg transparan dari desainer tentunya akan mengedukasi publik agar lbh bijak dalam memilih pakaian dan jg tidak boros

Menurut anda, apakah sebagian besar perusahaan ritel pakaian turut bertanggung jawab dalam mengurangi jumlah limbah tekstil yang dihasilkan melalui proses produksi untuk membuat pakaian mereka?

3 responses

Iya,

banyak perusahaan ritel yang sudah berupaya untuk menghasilkan koleksi menggunakan bahan ramah lingkungan ataupun bahan yg didaur ulang, tetapi usaha ini tidak diikuti oleh penerapan atau aplikasi konsep sustainable fashion secara keseluruhan, sehingga praktik-praktik pada tahapan produksi koleksi biasa yg masih mencemari lingkungan atau eksploitatif terhadap pekerja berjalan seperti biasa

Ya, karena kebanyakan masih fast fashion dan seperti sudah dibahas sebelumnya (diatas)

Jikalau tidak, menurut anda, faktor apa yang membuat para perusahaan ritel pakaian ini 'tutup mata dan telinga' terhadap limbah tekstil yang mereka hasilkan?

Jikalau tidak, menurut anda, faktor apa yang membuat para perusahaan ritel pakaian ini 'tutup mata dan telinga' terhadap limbah tekstil yang mereka hasilkan?

2 responses

Margin tinggi dan cepat menghasilkan profit

karena tidak ada motivasi dari segi ekonomi

Apakah menurut anda, Sustainable Fashion masih menjadi market yang kurang diminati? Jika iya, mengapa?

3 responses

Iya, karena kurangnya sinergi antara para penggiat mode, dan belum paham dampak buruk fast fashion.

kurangnya pengetahuan mengenai cara mengelola limbah tekstil, perilaku konsumtif pembeli yang terus menginginkan barang baru dalam jumlah yg banyak, dan ketertarikan akan hal2 yang dipopulerkan oleh kalangan public figure (mostly new, supposedly trendy items)

Sudah mulai diminati dibanding 5 tahun lalu. Mungkin karena pemahamannya hanya seputar daur ulang / recycle baju saja dan anggapan bahwa barang nya mahal dan hrs organic.

Menurut anda, bagaimana cara yang paling efektif dalam menyuarakan konsep Sustainable Fashion kepada masyarakat luas?

3 responses

Kolaborasi dan bersinergi, untuk meningkatkan awareness, dari sisi produsen perlu lebih kreatif mencari variabel source yang ramah lingkungan dan juga sistem sdm yang mensejahterakan

dengan memberikan pemahaman bagaimana mudahnya menerapkan konsep sustainable fashion, mulai dari tips memiliki mindset yang tidak konsumtif, tips memilih pakaian, dan berbagai cara untuk mengurus pakaian

Menurut anda, bagaimana cara yang paling efektif dalam menyuarakan konsep Sustainable Fashion kepada masyarakat luas?

3 responses

Kolaborasi dan bersinergi, untuk meningkatkan awareness, dari sisi produsen perlu lebih kreatif mencari variabel source yang ramah lingkungan dan juga sistem sdm yang mensejahterakan

dengan memberikan pemahaman bagaimana mudahnya menerapkan konsep sustainable fashion, mulai dari tips memiliki mindset yang tidak konsumtif, tips memilih pakaian, dan berbagai cara untuk mengurus pakaian yang sudah ada. tidak selalu dengan cara fearmongering mengenai dampak dr limbah fesyen krn banyak yg merasa kl dampaknya belum sampai kepada mereka (kurang bs berempati terhadap nasib org atau lingkungan sekitar)

Edukasi lewat sosial media dan workshop terbuka untk umum

Menurut anda, apakah Setali Indonesia sudah cukup membantu mengurangi permasalahan limbah tekstil yang ada, khususnya di daerah DKI Jakarta?

3 responses

Iya

sudah cukup membantu dari segi skala pakaian yg kami olah maupun peningkatan kesadran audiens setali melalui konten2 yg di hasilkan, namun dampak tsb masih bisa diperluaskan lagi dengan mengidentifikasi mitra2 di luar jakarta yg jg bs menampung banyak minat masyarakat yg ingin menyalurkan pakaian bekasnya

Setali sudah lumayan sering berpartisipasi dalam gerakan sustainable fashion seperti menampung dan menyortir pakaian bekas dan jg berkolaborasi dgn perusahaan2 ritel etc, ada yg dijadikan karya upcycle dan ada jg yg di donasikan.