

TELAAH TEOLOGI, EKONOMI DAN EKOLOGI TERHADAP FENOMENA FAST FASHION INDUSTRY

Yohana Defrita Rufikasari

Abstract

Behind the clothes we wear, there are a series of interrelated problems, such as the problem of production waste that pollutes the environment, a consumptive lifestyle due to the rapid change in fashion, and the welfare of workers in the fashion industry. This issue cannot be separated from the influence of the fast fashion industry phenomenon that creates "planned obsolescence" and "Supply chain" management patterns that make people tend to consume excessively. The theoretical basis used in this paper is Richard Evanoff's theory of Bioregionalism in dialogue with other thinkers from philosophy to theology. The writing of this article uses a qualitative descriptive method which in the process is in the form of collecting and analyzing library data as well as theological interpretation of the fast fashion industry phenomenon. The writing of this article also utilizes research that has been done previously by interdisciplinary researchers related to the topic of fast fashion. Through a qualitative descriptive method in dialogue with the theories mentioned above, there are concrete proposals that can be considered, such as sustainable entrepreneurship patterns, utilizing the role of a catalyst to create an ethical work environment, and the role that churches can take regarding the impact of the fast fashion industry. The ethical aspects that the church needs to talk about are matters related to business, the welfare of workers in garment factories (fashion), environmental sustainability, and alternatives to consuming clothes that are more environmentally friendly and considerate of others. So that theology and church are more "down to earth" by involving themselves in issues that are familiar with the daily life of the people.

Keywords: *fast fashion industry, supply chain, bioregionalism*

Abstrak

Di balik pakaian yang kita kenakan ada serangkaian persoalan yang berkelindan satu sama lain seperti misalnya persoalan limbah produksi yang mencemari lingkungan, gaya hidup yang konsumtif karena cepatnya perubahan fashion, serta kesejahteraan para pekerja di industri fashion. Hal tersebut tidak dapat dilepaskan dari pengaruh fenomena fast fashion industry yang menciptakan "keusangan terencana" dan pola manajemen "Supply chain" yang membuat orang cenderung mengkonsumsi berlebihan. Landasan teori yang dipakai dalam penulisan ini adalah teori Bioregionalisme Richard Evanoff yang didialogkan dengan pemikir lainnya mulai dari filsafat hingga teologi. Penulisan artikel ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dalam prosesnya berupa pengumpulan dan

analisis data pustaka serta penafsiran teologis terhadap fenomena fast fashion industry. Penulisan artikel ini juga memanfaatkan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya oleh para peneliti lintas ilmu terkait topik fast fashion. Melalui metode deskriptif kualitatif yang didialogkan dengan teori-teori yang sudah disebutkan di atas, ada usulan-usulan konkrit yang dapat mulai dipertimbangkan seperti misalnya pola kewirausahaan lestari, memanfaatkan peran katalisator untuk menciptakan lingkungan kerja yang etis, serta peran yang dapat diambil oleh gereja terkait dampak dari fast fashion industry. Aspek etis yang perlu gereja bicarakan adalah hal-hal yang berhubungan dengan bisnis, kesejahteraan pekerja di pabrik garmen (fashion), kelestarian lingkungan, serta alternatif-alternatif mengonsumsi pakaian yang lebih ramah lingkungan dan memperhatikan sesama. Pada akhirnya, berteologi dan bergereja semestinya dapat lebih “membali” dengan melibatkan diri dalam isu-isu yang akrab dengan keseharian umat.

Kata-kata kunci: fast fashion industry, supply chain, bioregionalism

PENDAHULUAN

Belakangan di media sosial seperti Instagram, sebagian pesohor mulai menggemakan gerakan dengan tanda pagar (#)pakaiulang atau #outfitrepeater.¹ Mereka kembali menggaungkan seruan untuk tidak malu mengenakan pakaian yang ada berulang kali. Gerakan ini mengajak orang untuk tidak terus-menerus membeli produk fashion padahal barangkali tidak selalu dibutuhkan.² Namun membeli hanya agar tidak ketinggalan zaman. Pertanyaannya, pernahkah kita berpikir atau tahu berapa banyak pakaian yang kita miliki di dalam lemari? Kemudian berapa banyak dari pakaian yang kita miliki itu yang masih sering kita pakai? Sementara berapa banyak yang tidak terpakai, baru dibeli namun belum dipakai? Berapa banyak pakaian yang kita sumbangkan kepada orang lain dengan harapan dapat menolong orang lain dan memberi ruang pada lemari yang mulai sesak? Pernahkah kita memikirkan apakah donasi pakaian-pakaian itu semuanya tersalurkan atau sebagian berakhir menjadi limbah sampah? Kita tentu memiliki jawaban beragam. Namun barangkali tidak semua orang menyadari bahwa semakin banyak pakaian yang ditumpuk, semakin besar potensi pakaian itu menjadi limbah sampah.

¹ “#outfitrepeartagar di Instagram • Foto dan Video,” diakses 14 Oktober 2022, <https://www.instagram.com/explore/tags/outfitrepeater/>.

² Rice, “Why Outfit Repeating Is the Coolest Thing You Can Do for the Planet,” Good On You (blog), 14 April 2022, <https://goodonyou.eco/outfit-repeating/>.

Masalah pakaian tidak hanya terletak pada muaranya, ketika tidak terpakai, lalu berakhir di tempat sampah, melainkan juga pada proses di hulunya. Di era modern saat ini, kebutuhan akan fashion telah menjadi kebutuhan utama/primer bagi setiap golongan masyarakat. Fashion telah mengalami pergeseran makna seiring berkembangnya peradaban manusia. Awalnya pada abad ke-20 fashion berhubungan erat dengan peristiwa sosial-politik namun sekarang fashion telah berkembang dalam segi sosial maupun kultural menjadi sebuah gaya hidup.³ Akibatnya terjadi peningkatan yang signifikan terhadap industri tekstil khususnya pada produk pakaian. Dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap pakaian dan gaya hidup, maka para pelaku industri mengusahakan agar memangkas dimensi ruang dan waktu agar produk pakaian yang dihasilkan cepat, murah, dan efektif. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan menggunakan perkembangan teknologi dalam proses pengolahan bahan baku hingga proses desain. Tidak cukup hanya disitu, teknologi juga digunakan dalam pemasaran produk sehingga produk dapat dipasarkan ke seluruh belahan dunia dan dalam waktu singkat dapat memenuhi hasrat konsumsi fashion masyarakat. Cara ini dikenal dengan istilah *Fast Fashion*.

Secara singkat sejarah perjalanan *fast fashion* diawali pada tahun 1960-an ketika orang-orang mulai membutuhkan pakaian siap pakai yang pengerjaannya cepat dengan harga terjangkau dan dapat digunakan oleh semua kalangan masyarakat. Sebelumnya, pada pertengahan abad ke-20, dunia industri fashion menyajikan pakaian-pakaian empat musim setiap tahunnya yaitu: musim gugur, musim dingin, musim semi, dan musim panas. Hal ini berlaku bagi negara-negara di belahan dunia dengan empat musim. Para desainer akan mengerjakan pakaian-pakaian sesuai musim yang akan datang selama berbulan-bulan. Sebelum fashion dapat dengan mudah diakses oleh semua kalangan masyarakat, desain dari para desainer untuk setiap musim hanya diperuntukkan bagi kalangan kelas atas.⁴ Maka kebutuhan pakaian yang *ready to wear* bagi kalangan bawah semakin mendesak.

Hal ini berbeda dengan situasi saat ini dimana hampir setiap jenama fashion memproduksi 52 model pakaian setiap tahun atau disebut *micro-seasons*. Artinya, setiap minggu akan selalu ada koleksi terbaru. Sejak saat itu, setiap jenama

³ Fairus Shinta, "Kajian Fast Fashion Dalam Percepatan Budaya Konsumerisme," Jurnal Rupa 03, no. 01 (Juni 2018): 63-64.

⁴ Audrey Stanton, "What Does Fast Fashion Mean, Anyway?," The Good Trade, diakses 15 Mei 2022, <https://www.thegoodtrade.com/features/what-is-fast-fashion>.

memproduksi pakaian dalam jumlah besar dan cepat untuk memastikan pasokan dan kebaruan mode pakaian memenuhi kebutuhan pasar. Pola ini membuat produksi fashion yang sangat masif setidaknya 53 juta ton pakaian diproduksi setiap tahunnya.⁵

Pada dasarnya, fast fashion adalah konsep bisnis industri fashion yang memproduksi pakaian ready to wear dengan konsep pergantian mode yang cepat dan dapat diakses oleh semua kalangan. Fast Fashion berfokus kepada produksi massal dalam waktu yang relatif cepat dengan tujuan memenuhi kebutuhan pasar. Karakteristik dalam industri ini meliputi proses produksi yang lebih cepat, bahan baku cenderung berkualitas rendah dan tidak tahan lama, dijual dengan harga yang murah, dan model mengikuti tren terbaru dan berganti dalam waktu yang singkat. Fast fashion berkembang pesat secara global dengan berbagai jenama seperti *Mango*, *HnM*, *Uniqlo*, *Bershka* dan lain sebagainya. Produk *fast fashion* memperoleh perhatian yang cukup besar oleh masyarakat global, di tahun 2014, rata-rata orang memiliki 60% lebih banyak produk pakaian dibandingkan dengan rata-rata konsumen pada tahun 2000.⁶ Menarik disimak bahwa ketika pandemi Covid-19 melanda dunia tahun 2020, industri fashion tidak benar-benar redup. *Fast fashion industry* dengan cepat mampu beradaptasi terhadap pola baru konsumen dalam mengkonsumsi produk fashion di tengah pandemi. Penelitian yang dilakukan oleh Ni Kadek Yuni Diantari menunjukkan bahwa selama masa pandemi dan new normal 44% motivasi pembelian produk fast fashion adalah harga produk yang terjangkau. Alasan lain yang dipilih oleh responden dalam mengkonsumsi produk *fast fashion* selama masa pandemi dan new normal adalah untuk kebutuhan acara tertentu (28%), sebagai retail therapy atau aktivitas berbelanja dalam rangka meningkatkan suasana hati (26%), mengikuti tren (18%).⁷

Fenomena *Fast Fashion* mulanya dianggap sebagai suatu model bisnis yang inovatif dengan manajemen '*Supply Chain*', yaitu jaringan produksi dan distribusi yang efektif dan efisien. Namun kemudian belakangan ini terkuak fakta bahwa

⁵ Emma Ross, "Fast Fashion Getting Faster: A Look at the Unethical Labor Practices Sustaining a Growing Industry," International Law and Policy Brief, diakses 29 April 2022, <https://studentbriefs.law.gwu.edu/ilpb/2021/10/28/fast-fashion-getting-faster-a-look-at-the-unethical-labor-practices-sustaining-a-growing-industry/>.

⁶ "How Polluting Is the Fashion Industry?," EKOenergy (blog), 18 Maret 2019, <https://www.ekoenergy.org/how-polluting-is-the-fashion-industry/>.

⁷ Ni Kadek Yuni Diantari, S Tr Ds, dan M Sn, "Tren New Normal Pada Industri Fast Fashion di Indonesia : Adaptasi Fast Fashion di Masa Pandemi," no. 1 (2021): 8.

bisnis fast fashion dinilai melakukan praktik yang menyimpang dan menerobos serangkaian kode etik. Akibatnya muncul permasalahan dalam bidang lingkungan, ekonomi dan sosial. Permasalahan-permasalahan inilah yang akan coba penulis analisis dengan menggunakan teori Bioregionalisme Richard Evanoff sebagai teori utama untuk menelaah lebih dalam elemen-elemen yang terdampak oleh *fast fashion industry*. Pendekatan Bioregionalisme Richard Evanoff akan didialogkan dengan pemikiran-pemikiran lainnya misalnya tentang konsumerisme yang dibahas oleh Jean Baudrillard, yang turut mempercepat laju *fast fashion*. Selain itu juga menganalisis prospek solidaritas yang dapat dikembangkan dalam konteks *fast fashion industry* yang memiliki dampak negatif terhadap lingkungan dan manusia. Hal-hal ini juga akan direfleksikan dalam perspektif teologi untuk menemukan prospek solidaritas kita dengan lingkungan, sesama manusia yaitu pekerja di *fast fashion industry* serta menggali aspek-aspek spiritualitas apa yang dapat dikembangkan sebagai alternatif konsumerisme.

METODOLOGI PENULISAN

Penulisan artikel ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang dalam prosesnya berupa pengumpulan dan analisis data pustaka serta penafsiran teologis terhadap fenomena *fast fashion industry*. Penulisan artikel ini juga memanfaatkan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya oleh para peneliti lintas ilmu terkait topik *fast fashion*. Penelitian yang mereka lakukan menolong penulis untuk mengembangkan analisis dalam menafsirkan fenomena *fast fashion industry* di konteks Indonesia dengan menggunakan perspektif teori Bioregionalisme dan pemikiran-pemikiran teologis lainnya. Penelitian deskriptif ini disajikan dalam bentuk uraian tentang fenomena yang ditangkap, kemudian dianalisis dan dijelaskan secara kualitatif dengan aturan-aturan berpikir ilmiah yang diterapkan secara sistematis.

PEMBAHASAN

Dalam pemaparan di bagian pendahuluan, penulis menyebutkan bahwa *fast fashion industry* adalah model manajemen '*Supply Chain*' atau manajemen rantai pasokan yang inovatif karena efektif dan efisien. Secara sederhana, konsep *supply chain management* adalah strategi yang berhubungan dengan kegiatan produksi,

pengiriman dan distribusi produk dari perusahaan kepada pelanggannya.⁸ Konsep ini berhubungan dengan bagaimana cara yang diterapkan perusahaan dalam meningkatkan skala produktivitas, kualitas dan efisiensi operasional perusahaan tersebut. Tujuan dari manajemen rantai pasokan adalah memenuhi kebutuhan konsumen dan menghasilkan keuntungan. Dalam prosesnya, tujuan tersebut dicapai dengan memperhatikan bahkan memperkecil biaya pengeluaran agar keuntungannya semakin maksimal. Intinya, manajemen rantai pasokan mengacu pada proses yang mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi.

Dalam *fast fashion industry*, manajemen rantai pasokan pakaian menelusuri semua bagian proses, mulai dari konsep hingga pelanggan, yang mengarah pada penciptaan produk yang diinginkan oleh konsumen. Hal tersebut termasuk dari mana dan bahan apa yang digunakan untuk membuat pakaian, bagaimana bahan tersebut dikembangkan menjadi sesuatu yang lebih besar, dan perjalanan yang dilakukan barang yang sudah jadi untuk sampai di toko atau di depan pintu konsumen pemesan. Di balik pakaian yang kita gunakan saat ini ada fase yang melibatkan banyak pabrik dan tangan pekerja. Mulai dari pekerja di pabrik yang memotong kain, menjahit, dan menyelesaikan pakaian yang dirancang oleh jenama tertentu. Contoh dari manajemen rantai pasokan dalam *fast fashion industry*, desain kemeja dibuat di Jepang, kapasnya ditanam di Uzbekistan, pemintalannya di India, pewarnaan dilakukan di Vietnam, sementara proses menjahit dan mengemas dilakukan di Indonesia. Proses ini terjadi di pabrik-pabrik garmen di negara-negara seperti Bangladesh, Cina, dan India serta Indonesia yang kemudian dikirimkan kepada jenama tertentu seperti *Mango*, *HnM*, *Uniqlo*, *Bershka*, *Topshop* dan sebagainya untuk didistribusikan ke retailer mereka dan kemudian dapat kita miliki baik melalui toko *offline* maupun *online* dengan sekali klik.

Namun beberapa waktu belakangan ini manajemen rantai pasokan dalam *fast fashion industry* menuai banyak sorotan karena permasalahan yang ditimbulkan seperti persoalan lingkungan, sosial dan juga kesejahteraan manusia. Dalam bagian ini, penulis akan memaparkan dampak-dampak yang muncul dari fenomena *fast fashion industry* khususnya yang terjadi di Indonesia seperti dampak dari limbah yang merusak lingkungan, ketidakadilan yang dialami oleh pekerja di pabrik garmen yang masuk dalam *supply chain fast fashion industry* dan bagaimana

⁸ Sampoerna University, "Pengertian Supply Chain Management, Prinsip Hingga Proses Bisnis," Sampoerna University (blog), 31 Maret 2022, <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/supply-chain-management/>.

hal ini didorong pula oleh gaya hidup konsumtif yang ada di tengah masyarakat.

Dampak yang ditimbulkan dari perkembangan *fast fashion industry* terhadap lingkungan salah satunya adalah pencemaran air akibat penggunaan pewarna tekstil kimia juga material poliester yang tanpa kita sadari ketika dicuci menghasilkan serat mikro yang meningkatkan jumlah limbah plastik. Mikroplastik ini adalah potongan plastik kecil yang tidak dapat terurai secara alamiah dan ditemukan dalam serat sintesis seperti poliester, nilon, dan akrilik.⁹ Selain itu ada lebih dari 8.000 bahan kimia sintesis yang digunakan dalam proses pembuatan pakaian.¹⁰ Indonesia sendiri termasuk salah satu produsen dan konsumen pakaian terbesar. Berdasarkan data dari Badan Pusat statistik (BPS) tahun 2019 menunjukkan bahwa produksi industri pakaian mengalami pertumbuhan sebesar 15,29% dan perusahaan-perusahaan ini masih menggunakan pewarna dengan pengelolaan limbah yang buruk. *Greenpeace* misalnya menganalisis air Sungai Citarum dan menemukan air sungai sudah tercemar timah hitam, merkuri, arsenik, dan pewarna yang mengganggu sistem endokrin yang telah dilarang di Uni Eropa karena implikasi negatifnya.¹¹ Di tepi Sungai Citarum, terdapat lebih dari 1.000 pabrik yang melepaskan bahan kimia beracun, seperti merkuri, kadmium, dan arsenik, ke dalam sungai di mana air yang sama digunakan oleh penduduk sekitar sungai untuk mandi dan mencuci pakaian.¹² Setiap tahun, lebih dari setengah triliun galon air bersih dan segar telah terkontaminasi limbah tekstil yang tidak diolah secara benar yang dibuang ke sungai dan pada akhirnya mencemari lautan. Hal ini acapkali kurang mendapatkan perhatian *fast fashion industry* karena fokus mereka adalah memperoleh bahan yang lebih murah dan dapat diproduksi dengan cepat, dan pada akhirnya mengabaikan dampak dari bahan kimia dalam proses pembuatan pakaian.

Selain dampak terhadap lingkungan, dampak lain yang ditimbulkan oleh *fast fashion industry* adalah kesejahteraan pekerja di pabrik garmen yang masuk dalam manajemen rantai pasokan pakaian. Kesejahteraan di sini bukan hanya tentang

⁹ Elizabeth Mearns, "Indonesia's Fast Fashion Pollution Problems Fueled by Consumer Demand," CGTN Europe, 26 Juni 2021, <https://stories.cgtneurope.tv/trashortreasureclothes/index.html>.

¹⁰ Audrey Stanton, "What Is A Supply Chain And How Can It Be Ethical?," The Good Trade, diakses 15 Mei 2022, <https://www.thegoodtrade.com/features/ethical-supply-chain>.

¹¹ Fiona May Leman dkk., "Dampak Fast Fashion Terhadap Lingkungan," t.t., 134.

¹² Mearns, "Indonesia's Fast Fashion Pollution Problems Fueled by Consumer Demand."

upah pekerja namun juga faktor K3 atau Keselamatan dan Kesehatan Kerja yang kerap diabaikan. Fast fashion industry mempekerjakan sekitar 75 juta pekerja pabrik di seluruh dunia.¹³ Banyak pekerja garmen yang memiliki jam kerja panjang sehingga bekerja sampai 16 jam sehari, 7 hari seminggu. Hal ini diperparah dengan penggunaan bahan-bahan kimia dalam proses pembuatan pakaian yang dapat mengancam kesehatan pekerja seperti misalnya meningkatkan risiko kanker, termasuk penyakit saluran pernafasan dan kulit.¹⁴ Kesehatan pekerja garmen di *fast fashion industry* selalu ada dalam situasi berbahaya karena terekspos oleh bahan-bahan kimia tersebut. Juga tentang keselamatan pekerja garmen yang selalu berurusan dengan mesin-mesin seperti alat potong dan setrika yang senantiasa mengancam keselamatan mereka. Belum lagi pelecehan seksual yang dialami oleh para pekerja di pabrik garmen yang sebagian besar adalah perempuan.¹⁵

Seolah-olah hal-hal tersebut belum cukup memperburuk situasi pekerja garmen, mereka masih dihadapkan pada upah rendah. Dalam konteks ini saya sependapat dengan Rob van Drimmelen yang berpendapat bahwa asumsi bahwa pertumbuhan ekonomi akan otomatis mengembangkan lapangan pekerjaan dan meningkatkan upah perlu dipertanyakan kembali.¹⁶ Pada kenyataannya untuk menambah pemasukan, tak jarang para pekerja garmen ini rela bekerja melebihi jam kerjanya atau lembur. Upah rendah yang diterima oleh pekerja pabrik garmen terjadi karena masih banyak perusahaan merasa bahwa para pekerjalah yang memerlukan mereka. Sehingga dengan kata lain jika pekerja tidak senang dengan upah yang sudah ditetapkan perusahaan, pekerja dapat mencari perusahaan lain. Menurut Singgih, banyak perusahaan yang merasa bahwa iklim usaha yang sehat

¹³ Ross, "Fast Fashion Getting Faster."

¹⁴ Stanton, "What Does Fast Fashion Mean, Anyway?"

¹⁵ Nurhadi Suchahyo, "Pekerja Perempuan: Pelecehan, Kekerasan dan Potensi Penularan HIV/AIDS," VOA Indonesia, diakses 20 Mei 2022, <https://www.voaindonesia.com/a/pekerja-perempuan-pelecehan-kekerasan-dan-potensi-penularan-hiv-aids/5647749.html>. Survei Federasi Buruh Lintas Pabrik (FBLP) dan Perempuan Mahardika, dari 15 perusahaan garmen, 56 persen pekerja perempuan di sana menyatakan pernah mengalami tindak pelecehan seksual. Survei yang dilakukan oleh Never Okay Project tahun 2019 dari 1.240 responden, 81 persennya menyatakan pernah mengalami pelecehan seksual di tempat kerja. Beberapa penyebab pelecehan dan kekerasan seksual antara lain adalah lingkungan kerja yang penuh target, relasi kuasa dan norma serta sikap.

¹⁶ Rob van Drimmelen, *Faith in a Global Economy-A Primer for Christians* (Switzerland: WCC Publications, 1998), 18.

di Indonesia konkretnya adalah upah pekerja yang murah.¹⁷ Upah pekerja yang murah ini bukan hanya dilekatkan kepada negara Indonesia, namun juga negara-negara Asia Tenggara dan Asia Selatan lainnya. Seolah-olah jika ingin memangkas ongkos produksi, gunakan saja tenaga kerja dari negara-negara di Asia Tenggara dan Asia Selatan.

Selain pemberian upah dibawah standar, ada juga permasalahan pembayaran upah yang terlambat. Disisi lain produk *fast fashion* dijual dengan harga yang tinggi dalam arti mampu diakses oleh masyarakat, namun para pekerja yang membuat produk *fashion* tersebut tidak dibayar selama berbulan-bulan. Sebagian besar pekerja di pabrik garmen yang masuk dalam *supply chain fast fashion industry* adalah perempuan yang seringkali tidak dibayar setara dengan pekerja laki-laki.¹⁸ Jam kerja yang panjang dan upah yang rendah serta keselamatan kerja yang minim menjadi situasi yang dihadapi oleh para pekerja garmen dalam *supply chain fast fashion industry*.

Pertumbuhan *fast fashion industry* yang melaju cepat tidak dapat dilepaskan dari pengaruh gaya hidup konsumtif yang ada di masyarakat. Gaya hidup yang mendorong orang untuk mengonsumsi lebih banyak daripada yang dibutuhkan. Jean Baudrillard dalam bukunya *The Consumer Society (Myths and Structure)* menyampaikan bahwa konsumsi diatur oleh sebuah pemikiran magis yaitu sebuah mentalitas primitif yang selama ini definisinya didasarkan pada kepercayaan akan kemahakuasaan pikiran.¹⁹ Baudrillard mengkritik teori Marx di antaranya tentang kapitalisme di mana produksi dengan eksploitasi para pekerja adalah kuncinya, kemudian menjual produk tersebut sebagai komoditas kepada masyarakat untuk menghasilkan keuntungan yang maksimal. Menurut Baudrillard konsumsi adalah inti dari ekonomi, bukan produksi khususnya dalam konteks masyarakat saat ini yaitu masyarakat konsumen. Ciri-ciri utama dari masyarakat konsumtif adalah bahwa ruang konsumsinya berupa kehidupan sehari-hari. Sehingga aktivitas masyarakat ikut mempengaruhi dan membentuk sikap juga perilaku konsumen yang lalai dalam pengambilan keputusan sehingga seringkali yang terjadi adalah mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Masyarakat

¹⁷ Emmanuel Gerrit Singgih, *Reformasi dan Transformasi Pelayanan Gereja* (Yogyakarta: Kanisius, 1997), 96.

¹⁸ van Drimmelen, *Faith in a Global Economy-A Primer for Christians*, 78.

¹⁹ Jean Baudrillard, *The Consumer Society: Myths and Structures* (London: Sage, 1998), 31.

konsumtif ini sangat identik dengan pemborosan. Hal ini juga disinggung oleh Richard Evanoff yang memaparkan pandangan Rostow tentang perkembangan ekonomi yang mendorong orang-orang untuk terus mengonsumsi.²⁰

Pada masyarakat konsumtif saat ini, apa yang dikonsumsi tidak lagi mementingkan pada kegunaan dasar dari objek konsumsi tetapi mengutamakan simbol yang melekat baik pada objek konsumsi. Hal lain yang hanya menciptakan simbol, menurut Baudrillard adalah fashion. Pada dunia *fashion* yang terlihat adalah “permainan penanda-penanda” yang pada akhirnya menghilangkan rujukan pada realisme. Artinya *fashion* diciptakan bukan lagi berdasarkan tujuannya, tetapi dari model itu sendiri. *Fashion* pada era modern berkaitan dengan pilihan pakaian, gaya, dan citra yang dengan hal-hal itu seseorang menciptakan identitasnya. *Fashion* sebagai sumber penciptaan identitas dan perilaku baru yang dalam beberapa tahun belakangan disuburkan oleh media sosial yang membuat *fashion* sebagai sesuatu yang harus dikejar agar relevan dengan modernitas.

Hal ini disadari betul oleh para pelaku di *fast fashion industry* sehingga mereka menciptakan ‘keusangan terencana’ (*planned obsolescence*). Keusangan terencana merupakan sebuah proses, sistem, atau cara untuk mengatur proses keusangan produk.²¹ Tujuan dari keusangan terencana adalah membentuk iklim konsumtif bagi para konsumen sehingga aktivitas jual beli produk di masyarakat menjadi semakin bergairah. Keusangan terencana pada *fast fashion* dilakukan dengan selalu menawarkan tren atau model terbaru dan mempersingkat usia produk melalui kualitas produk yang rendah. Konsumen mulai menerima bahwa kualitas pakaian cukup biasa saja. Hal ini memicu konsumen untuk terus menerus membeli pakaian untuk mendapatkan model yang lebih baru. Lingkaran setan inilah yang menjadi ‘bahan bakar’ lajunya *fast fashion industry* yang membawa dampak negatif bagi alam dan manusia.

Fenomena *fast fashion industry* dan rentetan dampak yang dialami oleh alam dan manusia khususnya di Indonesia menjadi menarik untuk dikaji menggunakan teori bioregionalisme Richard Evanoff. Bioregionalisme (Evanoff, 2011:1) tersebut dikembangkan sebagai strategi untuk mencapai 3 hal yaitu:

²⁰ Richard Evanoff, *Bioregionalism and Global Ethics: A Transactional Approach to Achieving Ecological Sustainability, Social Justice, and Human Well-Being* (New York: Routledge, 2011), 129.

²¹ I Putu Udiyana Wasista, “Barang Baru Lebih Baik : Sejarah Keusangan Terencana dan Cara Kerjanya | ISI Denpasar,” Fakultas Seni Indonesia-Denpasar, diakses 20 Mei 2022, <https://isi-dps.ac.id/artikel/barang-baru-lebih-baik-sejarah-keusangan-terencana-dan-cara-kerjanya/>.

- Mempromosikan kelestarian ekologi di mana manusia dan makhluk hidup lainnya dapat berkembang.
- Mencapai keadilan sosial bagi seluruh ciptaan.
- Memaksimalkan kesejahteraan manusia dalam arti menyediakan kebutuhan baik materi, psikologi, sosial, dan budaya secara utuh bagi individu-individu.

Dalam menjelaskan perspektif tersebut, Evanoff mengajak kita menyadari bahwa dalam perspektif Bioregionalisme, interaksi antara individu, ekologi dan sosial tidak dapat dilepaskan satu sama lain. Sehingga ketiga interaksi yang dinamis, saling terkait namun juga otonom pada dirinya masing-masing.²² Pemahaman interaksi tersebut dipinjam Evanoff dari "Segi Tiga Ekologi Manusia" Dieter Steiner yang terdiri dari E = *Environment*/alam/lingkungan, S= *Society*, atau masyarakat dan P = *Person* atau manusia. Pada elemen P ada tiga lapisan kesadaran: diskursif, praktis, dan kesadaran non-reflektif.²³ Interaksi tersebut disebut Transaksionalisme yang bertujuan agar ketiga komponen tersebut mampu menegosiasikan kepentingan-kepentingannya tanpa merugikan keseluruhan juga masing-masing elemen.

Dalam konteks disiplin Teologi maka Emmanuel Gerrit Singgih mengusulkan agar dalam interaksi ketiga elemen yaitu alam, manusia dan masyarakat, pada tiap elemennya ada unsur G atau *God*/Allah sehingga segitiga sama sisi tersebut menjadi segitiga sama sisi Steiner-Evanoff-UKDW.²⁴ Singgih menjelaskan bahwa Allah yang dipahami dalam interaksi tersebut bukan hanya Allah yang transenden namun juga Allah yang imanen. Tuhan tidak hanya diyakini sebagai yang transenden tetapi juga imanen. Dalam hal ini kita perlu menjadi panenteis yang menghayati ada Allah di dalam alam, masyarakat dan individu. Lebih dalam lagi, Singgih berpendapat bahwa segi tiga Steiner-Evanoff-UKDW dapat pula menjadi gambaran interaksi yang ada di antara tiga elemen yaitu Allah, Manusia, dan Alam sebagai yang setara dan tidak mengorbankan salah satunya.²⁵ Dalam konteks segi tiga Steiner-Evanoff-UKDW tentu kita dapat segera menyadari bahwa ketiga unsur tidak menemukan titik keseimbangan di dalam *fast fashion industry* seperti yang

²² Evanoff, *Bioregionalism*, 1–2, 84.

²³ Evanoff, 34–35.

²⁴ Emmanuel Gerrit Singgih, *Pengantar Teologi Ekologi* (Yogyakarta: Kanisius, 2021), 231.

²⁵ Singgih, 234.

sudah dipaparkan dalam bagian sebelumnya tentang dampak-dampak dari *fast fashion industry*.

Selain itu Evanoff juga mengusulkan konsep *Steady-state Economy*.²⁶ Pandangan ini muncul karena kesadaran bahwa jika kita mengonsumsi barang-barang lebih cepat dan masif, maka barang-barang itu lebih cepat diproduksi, kita cepat makmur namun juga cepat bangkrut. Segala sesuatu di dunia memiliki potensi menjadi entropi atau menyusut, meredup. *Steady-state Economy* sama sekali tidak anti terhadap kegiatan produksi, namun harus diperhitungkan juga aspek kelestarian lingkungannya. Pola pembangunan saat ini lebih mengedepankan konsumsi bahkan *over-consumption* yang menyebabkan *over-production*. Alasan utama mengapa pengurangan konsumsi tidak dapat dilakukan bukan hanya karena orang-orang sudah terlanjur memiliki gaya hidup sebagai konsumen, tetapi karena perusahaan-perusahaan dapat meningkatkan keuntungan dengan menjual produk mereka yang dengan cepat digunakan lalu digantikan (keusangan terencana). Fenomena inilah yang disebut oleh Evanoff dengan "*Treadmill of Production*".²⁷

Entah disadari atau tidak sebenarnya ada program *Better Work* hasil kerjasama antara *International Labour Organization* (ILO) dan *International Finance Corporation* (IFC) anggota dari *World Bank*. Salah satu negara tempat *Better Work* beroperasi adalah Indonesia sehingga namanya menjadi *Better Work Indonesia* (BWI). Khusus di Indonesia, operasional sehari-hari BWI di tingkat pabrik, pekerjaannya dilakukan oleh Yayasan Kemitraan Kerja (YKK).²⁸ Program BWI ini adalah program yang mencoba untuk mempromosikan perlindungan terhadap prinsip dan hak-hak dasar pekerja yang bekerja di industri garmen dan alas kaki. BWI ingin memastikan bahwa standar ketenagakerjaan baik yang diatur secara nasional di Indonesia maupun Internasional dilakukan secara baik di pabrik-pabrik garmen yang merupakan pemasok dari perusahaan-perusahaan garmen dan alas kaki global.

Program yang dilakukan oleh BWI menjadi menarik karena melibatkan pemilik jenama *fashion* global yang menerima produk dari pabrik-pabrik garmen

²⁶ Evanoff, *Bioregionalism*, 130.

²⁷ Evanoff, 160.

²⁸ "Better Work Indonesia: Our Programme," *Better Work* (blog), diakses 23 Mei 2022, <https://betterwork.org/where-we-work/indonesia/bwi-our-programme/>.

di Indonesia dan seluruh dunia khususnya Asia Tenggara dan Selatan. Dalam hal ini BWI memastikan bahwa pemilik jenama *fashion* global memahami standar-standar ketenagakerjaan internasional dan hak-hak serta prinsip dasar pekerja misalnya anti pekerja anak, kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan anti kerja paksa. Sehingga BWI bergerak di ranah hulu dan hilir karena *fast fashion industry* bergerak dalam manajemen *supply chain*. Selain itu, BWI pada sisi lain juga bekerja sama dengan pemerintah Indonesia. BWI membantu pemerintah Indonesia untuk dapat melakukan fungsinya yaitu membuat kebijakan-kebijakan yang melindungi hak-hak dasar pekerja, dan mengawasi pelaksanaan standar-standar pekerja secara nasional. Artinya, BWI adalah katalisator atau sumber daya luar yang membantu pemerintah Indonesia menjalankan fungsinya.

Selain itu BWI juga bekerja sama dengan asosiasi pengusaha pemilik pabrik garmen dan alas kaki agar mereka juga memahami hak-hak dasar pekerja. Dalam konteks segi tiga *civil society* (pemerintah, pasar dan komunitas) maka pemerintah memiliki peran dalam upaya mewujudkan keadilan dan kesejahteraan masyarakat sehingga kerja sama dengan BWI dapat meningkatkan kapasitas peran pemerintah tersebut. Namun demikian sampai saat ini tidak semua pabrik garmen dan alas kaki di Indonesia tergabung secara sukarela dengan program BWI. Sehingga sampai saat ini masih ada pelanggaran-pelanggaran terhadap kesejahteraan pekerja. Walaupun demikian, saya melihat program BWI dapat menjadi salah satu alternatif upaya membangun solidaritas terhadap sesama dalam konteks *fast fashion industry*.

Selain itu, prospek solidaritas yang dapat dikembangkan adalah dengan sosialisasi dan edukasi tentang dampak negatif dari *fast fashion*. Mengedukasi masyarakat untuk memahami alur dari sebuah pakaian yang dibeli dan pakai. Upaya lain yang muncul adalah gerakan *slow fashion* yang menawarkan alternatif produksi pakaian dengan bahan-bahan yang minim mencemari lingkungan, membayar upah pekerja dengan layak, membuat model pakaian yang tidak menyia-nyaiakan material kain. Yahya Wijaya dalam bukunya yang berjudul "Profitability, Solidarity, Sustainability-Kajian Teologi Publik tentang Kewirausahaan Lestari" membahas tentang kewirausahaan lestari yang menurutnya lebih memperhatikan lingkungan dan sesama,²⁹ barangkali termanifestasi salah satunya dalam bentuk

²⁹ Yahya Wijaya, *PROFITABILITY, SOLIDARITY, SUSTAINABILITY Kajian Teologi Publik tentang Kewirausahaan Lestari* (Yogyakarta: YAYASAN TAMAN PUSTAKA KRISTEN INDONESIA bekerja sama dengan Fakultas Teologi UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA, 2021), 12.

slow fashion.

Kewirausahaan lestari adalah tindakan dan perilaku para pelaku bisnis dan korporasi yang menghasilkan perbaikan lingkungan melalui bisnis inti mereka. Kewirausahaan lestari membahas nilai-nilai yang sering dipertentangkan dalam diskusi etika sosial dan teologi, yaitu kesehatan ekosistem, kebutuhan manusia, pembangunan ekonomi dan keadilan sosial.³⁰ Kewirausahaan lestari di dalamnya mencakup *profitability*, *solidarity* dan *sustainability*. *Profitability* yang dimaksud adalah keuntungan, yang secara umum dilihat sebagai potensi mengembangkan wirausaha yang produktif, kreatif, dan berkelanjutan untuk berkarya bagi orang banyak. *Solidarity* yang dimaksud ialah tanggung jawab sosial. Empati yang dikembangkan baik dalam bentuk keramahan maupun juga kepedulian terhadap kesejahteraan sesama ciptaan (manusia dan alam). *Sustainability* yang dimaksud ialah keberlanjutan ekologi-tanggung jawab ekologis.

Upaya-upaya ini tentu tidak instan, namun pada bagian ini saya ingin menunjukkan bahwa upaya-upaya solidaritas ini memerlukan partisipasi bukan hanya dari pemilik pabrik garmen, pemilik jenama pakaian global, pemerintah, pengusaha pakaian skala kecil dan menengah namun juga konsumen, yaitu kita untuk menyadari bahwa dampak-dampak negatif yang dihasilkan dari *fast fashion industry* adalah tanggung jawab bersama kita semua sebagai anggota masyarakat.

HASIL

Konsep keseimbangan interaksi antara individu-alam-masyarakat yang diungkapkan oleh Evanoff dalam rangka mewujudkan kelestarian lingkungan, keadilan sosial dan kesejahteraan manusia dapat menolong kita mengembangkan relasi yang lebih baik antara Tuhan-alam dan sesama manusia. Dalam konteks tersebut saya melihat pemahaman Felix Wilfred tentang *Eco-Justice*. Sepintas lalu konsep ini nampak sangat antroposentris dan juga ekosentris terkait namanya. Konsep *eco-justice* menurut Wilfred terjadi ketika manusia membangun hubungan yang erat dan solidaritas dengan seluruh ciptaan dan berkontribusi secara aktif bagi keseimbangan ekosistem.³¹

³⁰ Wijaya, 12.

³¹ Felix Wilfred, *Asian Public Theology: Critical Concerns in Challenging Times* (New Delhi: Tercentenary Publication, 2010), 155.

Wilfred meyakini bahwa ada solidaritas di dalam seluruh ciptaan di muka bumi yang memiliki kesamaan termasuk genetika. Ia mencontohkan bahwa tubuh manusia terdiri dari air, udara dan juga elemen lainnya dari bumi. Namun, Eco-justice tidak akan terwujud ketika keseimbangan interaksi saling terhubung seperti gambaran Evanoff berat sebelah dan relasi manusia-alam hierarkis. Singgih menjelaskan bahwa sebelum kesadaran tentang keseimbangan ekologis muncul di kalangan Kristiani, orang memang sering menggambarkan hubungan alam, manusia, dan Allah secara hierarkis: Allah paling di atas, sesudah itu manusia sebagai mahkota ciptaan dan di bawahnya adalah alam yang dikuasai oleh manusia.³²

Maka untuk mengembangkan *eco-justice*, Wilfred mengusulkan agar kita umat beriman kembali memahami pentingnya solidaritas terhadap alam dalam bentuk “memberikan kesempatan istirahat” kepada alam untuk memperbaharui dirinya. Demikian juga manusia diregenerasi dengan mengatasi gaya hidup konsumtif dan dengan menciptakan situasi baru untuk perkembangan setiap orang yang merupakan makna dari Tahun Yobel. Dengan demikian bukan hanya tercipta *eco-justice* tetapi juga *social-justice*. Dalam konteks fast fashion industry, upaya ini dapat menjadi landasan bagi kita mengurangi gaya hidup konsumtif sehingga produksi ugul-ugalan dapat diperlambat, dan alam dapat memperbaharui atau diperbaharui (dengan bantuan manusia). Selain itu secara etis teologis, apakah kita manusia senantiasa didorong untuk mengkonsumsi secara berlebihan terus-menerus?

Apa yang dipaparkan oleh Wilfred nampaknya senada dengan kritik Jean Baudrillard terhadap gaya hidup konsumtif masyarakat modern yang justru identik dengan pemborosan. Pemborosan yang dimaksud tentu bukan hanya soal uang, tetapi juga sumber daya alam yang terlibat dalam proses produksi demi memenuhi kecepatan konsumsi masyarakat. Pemaknaan Wilfred terhadap Tahun Yobel dalam hal ini jelas dapat didialogkan dengan pandangan Baudrillard dalam hal keduanya sama-sama berupaya menganalisis budaya konsumtif. Jika Tahun Yobel fokus pada upaya mengurangi gaya hidup konsumtif dengan memberi jeda pada alam, maka analisis Baudrillard lebih mengajak kita menelisik pemaknaan kita terhadap barang-barang seperti pakaian yang kita beli dan pakai. Dalam masyarakat yang konsumtif, pakaian bukan sekadar pelindung tubuh, namun juga

³² Emmanuel Gerrit Singgih, *Dari Ruang Privat ke Ruang Publik: Sebuah Kumpulan Tulisan Teologi Kontekstual* Emmanuel Gerrit Singgih (Yogyakarta: Kanisius, 2020), 22.

simbol status dan identitas. Namun, apakah demi memenuhi status dan identitas kita lantas memboroskan sumber daya alam, mengabaikan kondisi pekerja di industri fashion? Serta membiarkan diri kita menjadi manusia yang hanya sibuk mengonsumsi tanpa pernah merasa cukup? Dalam konteks tersebut, penulis berpendapat bahwa spiritualitas ugahari dapat menjadi salah satu alternatif yang dapat ditempuh umat beriman dalam merespon isu-isu dari *fast fashion industry*.

Menurut penulis, spiritualitas ugahari dapat mulai terus dikembangkan sebab fokusnya bukan lagi konsumsi berlebihan namun secukupnya. Spiritualitas ugahari ini sebenarnya selaras dengan spiritualitas Kristen yang tercermin dalam Doa Bapa Kami yang mengajarkan kepada kita untuk hidup hari demi hari secukupnya. Spiritualitas ugahari ini akan menolong kita menciptakan kesejahteraan manusia dan kelestarian lingkungan, karena jika kita mengurangi konsumsi yang berlebihan orang lain kebutuhannya akan tercukupi dan alam tidak dicemari terus-menerus. Apabila dikaitkan dengan budaya Indonesia, maka sebenarnya budaya kita bukan budaya yang mementingkan diri sendiri walaupun tidak dapat dipungkiri masyarakat kita juga terpengaruh budaya materialistik yang juga nampak dalam praktik budaya tertentu. Selain itu, Wilfred juga mengungkapkan bahwa kita perlu juga mengembangkan dialog lintas iman untuk menemukan inspirasi dari tradisi religius lainnya tentang interaksi antara pribadi-alam-masyarakat dan Tuhan.

Dalam hal ini maka iman Kristen bukan hanya menambahkan dimensi baru terhadap relasi manusia dengan alam, namun menjadikannya titik fokus untuk memahami bahwa di dalam relasi tersebut ada kehadiran Tuhan yang imanen. Wilfred mengungkapkan bahwa ada kebutuhan mendesak untuk memikirkan kembali narasi tentang Allah dan manusia dan seluruh ciptaan dalam misteri Ilahi yang dialami sebagai yang imanen hadir secara dinamis.³³ Aspek imanensi Allah juga disoroti oleh Singgih dalam konsep Evanoff dan dalam kaitannya dengan hal itu maka agama dan Gereja memiliki paling sedikit tiga aspek yaitu ritual, institusional, dan etis.³⁴ Ketiga aspek ini segitiga sama sisi yang artinya harus diberi perhatian yang sama besarnya.

Kalau dalam kenyataannya Gereja lebih mengutamakan ritual, maka kita perlu mengupayakan perhatian lebih pada aspek institusional dan aspek etisnya. Aspek etis ini terkait dengan masalah-masalah sosial kemasyarakatan.

³³ Wilfred, *Asian Public Theology: Critical Concerns in Challenging Times*, 163.

³⁴ Singgih, *Reformasi dan Transformasi Pelayanan Gereja*, 93.

Sehingga Gereja semestinya membicarakan hal-hal yang berhubungan dengan bisnis, kesejahteraan pekerja di pabrik garmen, kelestarian lingkungan, serta alternatif-alternatif mengonsumsi pakaian yang lebih ramah lingkungan dan memperhatikan sesama. Sebab itu semua adalah bagian dari tanggung jawab Gereja. Termasuk mulai mengajak umat untuk belajar menerapkan gaya hidup mengonsumsi secukupnya, memakai ulang pakaian yang dimiliki, sebab tak jarang pada perayaan gerejawi tertentu seperti Natal misalnya, umat memiliki kecenderungan untuk membeli pakaian baru.

Membeli pakaian baru setiap hari Natal seolah-olah menjadi “tradisi”, tanpa ada kepekaan untuk mempertimbangkan asal muasal dari hulu hingga ke hilir sepotong pakaian dan dampaknya. Gereja perlu menyadari bahwa diskursus semacam ini perlu mulai dikembangkan dengan memahami aspek misiologi Gereja yang dipanggil untuk terlibat dalam praktik penyelamatan alam, menghargai alam sebagai makhluk yang memiliki nilai secara intrinsik. Dengan demikian gereja diharapkan mampu membangun program-program yang bertujuan memberikan edukasi kepada umat tentang gaya hidup *ugahari*, dampak negatif ekonomi-sosial-ekologi sepotong pakaian yang dibeli dari toko-toko retail *fast fashion* di pusat perbelanjaan. Juga mengembangkan keterbukaan untuk membangun dialog dan bahkan kerja sama dengan tradisi religius lainnya, komunitas pekerja, komunitas pengusaha garmen bahkan pemerintah yang menyangkut isu kelestarian lingkungan dan kesejahteraan pekerja pabrik garmen *fast fashion industry*.

Terkait ke-*ugahari-an*, gereja dapat mengajak umat mengembangkan spiritualitas hidup *Ugahari*. Spiritualitas hidup yang mengajak umat untuk hidup secukupnya, mengonsumsi seperlunya, merawat dan menghargai apa yang dimiliki. Spiritualitas hidup *ugahari* bukan hanya membantu kita tidak terkecang dalam sifat kemelekatan terhadap barang-barang, namun juga melatih kita untuk lebih *mindfulness* dalam membelanjakan uang kita untuk pakaian misalnya. Gereja barangkali dapat juga secara tegas mengajak umat untuk tidak perlu mengupayakan menggunakan baju baru pada hari raya gerejawi seperti Natal. Namun, mengajak umat untuk terbiasa memakai ulang pakaiannya yang masih layak pakai untuk ke gereja ataupun dalam aktivitas sehari-hari. Hal ini menurut penulis penting sebab acapkali momen Natal dianggap sebagai momen yang lekat dengan “baju baru” dengan dalih “Hanya setahun sekali”. Jika setiap orang menggunakan logika semacam ini, berapa banyak konsumsi pakaian yang terjadi menjelang Natal? Berapa banyak limbah *fashion* yang terbentuk setelahnya?

Selain mengupayakan implementasi spiritualitas ugahari, gereja barangkali dapat mulai menggagas dialog dengan komunitas-komunitas yang mengupayakan hidup sederhana, secukupnya sehingga minim sampah. Komunitas-komunitas tersebut dapat diundang ke gereja untuk berbagi visi dan program mereka, juga memperkenalkan secara luas dampak *fast fashion* kepada alam serta sesama manusia.

Dialog-dialog semacam ini jarang dilakukan sebab acapkali dialog lintas iman-lintas komunitas adalah dialog tentang toleransi keberagaman namun bukan tentang isu-isu di ruang publik yang terkait dengan keseharian kita dan dampaknya terhadap alam. Hal lain yang sifatnya jangka panjang dan perlu dipertimbangkan adalah perlunya gereja memiliki ajaran sosial yang di dalamnya mencakup isu-isu kelestarian lingkungan, kegiatan perekonomian yang memperhatikan kesejahteraan sesama manusia dan lingkungan, dan isu-isu lainnya. Ajaran sosial gereja ini barangkali dapat menjadi sebuah landasan etis teologis gereja dalam mengambil sikap terhadap isu-isu di ruang publik.

KESIMPULAN

Analisis kritis terhadap fenomena *fast fashion industry* yang mendatangkan dampak negatif seperti kerusakan lingkungan, ketidakadilan terhadap pekerja pabrik garmen dan gaya hidup konsumtif serta kajian dari etika bioregionalisme dan aspek teologi ini barangkali dapat menjadi narasi alternatif yang menyadarkan kita bahwa di balik pakaian yang kita beli dan kenakan, ada persoalan-persoalan yang belum usai. Di balik pakaian yang modelnya berganti dengan cepat dan dapat dibeli dengan sekali klik saat ini, ada budaya konsumtif yang menjangkiti banyak orang sehingga apapun dikorbankan atas nama identitas diri sendiri. Persoalan *fast fashion industry* bukan hanya persoalan yang perlu direspon pihak regulator yaitu pemerintah dan pihak katalisator yaitu *Better Work Indonesia*, namun juga umat beriman/gereja untuk menggumuli dan mengembangkan gaya hidup solider terhadap sesama dan alam serta gaya hidup secukupnya. Praktik-praktik semacam ini perlu semakin sering disampaikan baik dalam diskusi dalam ruang publik maupun dari mimbar gereja. Baik bersama dengan umat beriman ataupun komunitas lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Baudrillard, Jean. 1998. *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage.
- Better Work. "Better Work Indonesia: Our Programme." Diakses 23 Mei 2022. <https://betterwork.org/where-we-work/indonesia/bwi-our-programme/>.
- Diantari, Ni Kadek Yuni, S Tr Ds, dan M Sn. 2021. "Tren New Normal pada Industri Fast Fashion di Indonesia : Adaptasi Fast Fashion di Masa Pandemi," no. 1: 8.
- Drimmelen, Rob van. 1998. *Faith in a Global Economy-A Primer for Christians*. Switzerland: WCC Publications.
- Evanoff, Richard. 2011. *Bioregionalism and Global Ethics: A Transactional Approach to Achieving Ecological Sustainability, Social Justice, and Human Well-Being*. New York: Routledge.
- EKOenergy. "How Polluting Is the Fashion Industry?," 18 Maret 2019. <https://www.ekoenergy.org/how-polluting-is-the-fashion-industry/>.
- Leman, Fiona May, S Pd, M Pd, Jennifer Purnomo, dan Universitas Ciputra. "Dampak Fast Fashion Terhadap Lingkungan," t.t., 9.
- Mearns, Elizabeth. "Indonesia's Fast Fashion Pollution Problems Fueled by Consumer Demand." CGTN Europe, 26 Juni 2021. <https://stories.cgtn.com/indonesia/2021/06/26/indonesia-fast-fashion-pollution-problems-fueled-by-consumer-demand/>.
- "#outfitrepeatertag di Instagram • Foto dan Video." Diakses 14 Oktober 2022. <https://www.instagram.com/explore/tags/outfitrepeater/>.
- Rice. "Why Outfit Repeating Is the Coolest Thing You Can Do for the Planet." Good On You (blog), 14 April 2022. <https://goodonyou.eco/outfit-repeating/>.
- Ross, Emma. "Fast Fashion Getting Faster: A Look at the Unethical Labor Practices Sustaining a Growing Industry." International Law and Policy Brief. Diakses 29 April 2022. <https://studentbriefs.law.gwu.edu/ilpb/2021/10/28/fast-fashion-getting-faster-a-look-at-the-unethical-labor-practices-sustaining-a-growing-industry/>.
- Sampoerna University. "Pengertian Supply Chain Management, Prinsip Hingga Proses Bisnis." Sampoerna University (blog), 31 Maret 2022. <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/supply-chain-management/>.

- Shinta, Fairus. 2018. "Kajian Fast Fashion Dalam Percepatan Budaya Konsumerisme." Jurnal Rupa 03, no. 01 : 61–76.
- Singgih, Emmanuel Gerrit. 2020. *Dari Ruang Privat ke Ruang Publik: Sebuah Kumpulan Tulisan Teologi Kontekstual Emmanuel Gerrit Singgih*. Yogyakarta: Kanisius.
- . 2021. *Pengantar Teologi Ekologi*. Yogyakarta: Kanisius.
- . 1997. *Reformasi dan Transformasi Pelayanan Gereja*. Yogyakarta: Kanisius.
- Stanton, Audrey. "What Does Fast Fashion Mean, Anyway?" *The Good Trade*. Diakses 15 Mei 2022. <https://www.thegoodtrade.com/features/what-is-fast-fashion>.
- . "What Is A Supply Chain And How Can It Be Ethical?" *The Good Trade*. Diakses 15 Mei 2022. <https://www.thegoodtrade.com/features/ethical-supply-chain>.
- Sucahyo, Nurhadi. "Pekerja Perempuan: Pelecehan, Kekerasan dan Potensi Penularan HIV/AIDS." VOA Indonesia. Diakses 20 Mei 2022. <https://www.voaindonesia.com/a/pekerja-perempuan-pelecehan-kekerasan-dan-potensi-penularan-hiv-aids/5647749.html>.
- Wasista, I Putu Udiyana. "Barang Baru Lebih Baik : Sejarah Keusangan Terencana dan Cara Kerjanya | ISI Denpasar." Fakultas Seni Indonesia-Denpasar. Diakses 20 Mei 2022. `.
- Wijaya, Yahya. 2021. *Profitability, Solidarity, Sustainability Kajian Teologi Publik tentang Kewirausahaan Lestari*. Yogyakarta: Yayasan Taman Pustaka Kristen Indonesia bekerja sama dengan Fakultas Teologi Universitas Kristen Duta Wacana.
- Wilfred, Felix. 2010. *Asian Public Theology: Critical Concerns in Challenging Times*. New Delhi: Tercentenary Publication.