

## PELUANG PENGEMBANGAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN PADA INDUSTRI FASHION DI INDONESIA

Arini Arumsari<sup>1</sup>, Faradillah Nursari<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Kriya, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom

e-mail: [ariniarumsari@telkomuniversity.ac.id](mailto:ariniarumsari@telkomuniversity.ac.id)<sup>1</sup>, [faradillah@telkomuniversity.ac.id](mailto:faradillah@telkomuniversity.ac.id)<sup>2</sup>

Received : March, 2024

Accepted : April, 2024

Published : April, 2024

### ABSTRACT

*Fashion and various complementary accessories cannot be separated from human life and constantly change with the times. Apart from the primary function of clothing as protection and covering of the body, it is also because people can express their identity, opinions, and tastes through clothing. Currently, fashion in Indonesia has become a big industry.*

*Based on data from the Creative Economy Outlook, fashion is currently one of Indonesia's largest sub-sectors in the creative economy era. As many as 15% of the creative industry industries in Indonesia are in the fashion sub-sector. Apart from that, the number of workers in the creative industry is also more than 24% in the fashion industry. So, overall, the fashion industry plays a significant role in moving the wheels of the Indonesian economy.*

*A phenomenon in the fashion sector that is proof of the expression and actualization of today's society is Sustainable fashion. Sustainable fashion is a concept that develops fashion using environmentally friendly methods. To obtain comprehensive data regarding this research, a combined qualitative method will be used, which will involve literature studies, field observations, and interviews.*

*This research will discuss the development of the fashion industry in Indonesia in general and, in particular, its potential to be environmentally friendly. It is hoped that in the future, it can become an example or inspiration for the development of sustainable fashion in Indonesia. Because it cannot be denied amid the increasingly rapid development of the fashion industry in Indonesia, it is necessary to form guidance methods that balance human activities and the environment.*

**Keywords:** *fashion industry, Indonesia, sustainable fashion.*

### ABSTRAK

*Fashion, dalam hal ini busana atau pakaian beserta berbagai aksesoris pelengkapannya merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia dan selalu berubah mengikuti perkembangan zaman. Selain fungsi utama pakaian sebagai pelindung dan penutup tubuh, juga karena lewat busana orang dapat mengekspresikan jati diri, identitas, pendapat dan selera masing-masing. Saat ini fashion di Indonesia telah menjadi sebuah industri besar. Berdasarkan data dari Ekonomi Kreatif Outlook saat ini fashion merupakan salah satu sub-sektor terbesar pada era ekonomi kreatif di Indonesia. Sebanyak 15% jenis industri pada industri kreatif di Indonesia berada pada sub-sektor fashion. Selain itu jumlah pekerja pada industri kreatif juga lebih dari 24% terdapat pada industri fashion. Sehingga secara keseluruhan industri fashion memegang peranan besar dalam menggerakkan roda perekonomian Bangsa Indonesia.*

*Suatu fenomena dalam bidang fashion yang merupakan salah satu bukti ekspresi dan aktualisasi masyarakat saat ini adalah sustainable fashion. Sustainable fashion merupakan konsep pengembangan fashion dengan metode-metode ramah lingkungan dalam prosesnya. Untuk mendapatkan data yang*

*komprehensif mengenai pada penelitian ini akan dilakukan metode gabungan kualitatif dengan melakukan studi literatur, observasi lapangan, dan wawancara. Pada penelitian ini akan dibahas perkembangan industri fashion di Indonesia secara umum dan khususnya potensinya untuk diarahkan menjadi ramah lingkungan. Sehingga diharapkan pada masa yang akan datang dapat menjadi contoh atau inspirasi dari berkembangnya sustainable fashion di Indonesia. Karena tidak dapat dipungkiri, ditengah kian pesatnya perkembangan industri fashion di Indonesia ini, perlu dibentuk arahan-arahan metode yang tetap berpegang pada keseimbangan antara aktifitas manusia dan lingkungan.*

**Kata Kunci:** industri fashion, Indonesia, sustainable fashion.

## 1. PENDAHULUAN

Menurut Gini Stephens Frings (1987) dalam bukunya *Fashion from Concept to Costumer*, dijelaskan bahwa definisi fashion dari konsep dasarnya, yaitu fashion sebagai sebab akibat dan refleksi yang terjadi akibat keadaan sosial, politik, ekonomi dan kekuatan artistik yang sedang berkembang pada saat tersebut. Fashion yang berkembang dan berevolusi dari faktor-faktor tersebut dapat menceritakan kejadian bersejarah atau kejadian-kejadian sosial yang berdampak pada bagaimana orang berpakaian dan berubah secara periodik sesuai berkembangnya zaman tersebut. Setiap peralihan dari zaman ke zaman mampu menceritakan dan mencerminkan siklus tren pada bagaimana cara orang berfikir dan hidup pada zamannya. Maka fashion atau busana merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia dan selalu berubah mengikuti perkembangan zaman.

Untuk dapat mengamati perkembangan fashion di Indonesia, supaya mendapat pemahaman yang komprehensif maka akan dibahas terlebih dahulu fungsi-fungsi fashion atau busana. Berdasarkan riset dari Arumsari (2010) fungsi fashion terdiri dari 6 jenis yang terdiri dari fungsi yang paling esensial hingga paling kompleks. Fungsi fashion yang pertama yaitu busana untuk melindungi tubuh. Fungsi dari busana tentu saja untuk melindungi tubuh, dari cuaca, lingkungan, zat-zat yang berbahaya dan hal-hal lainnya yang bisa mengganggu kenyamanan dan kesehatan tubuh. Busana melindungi tubuh kita seperti lapisan kulit kedua atau disebut juga *second skin*.

Fungsi busana yang kedua yaitu busana untuk menutup aurat atau sebagai penanda nilai-nilai kesopanan. Manusia memakai busana untuk memenuhi nilai-nilai kesopanan dalam aturan agama atau sosial-budayanya.

Fungsi fashion yang ketiga yaitu fashion untuk mempercantik atau menghias diri. Dalam fungsi ini, busana digunakan untuk berdandan atau mempercantik dirinya, karena manusia adalah makhluk yang menyukai keindahan. Walaupun standar keindahan tersebut berbeda-beda pada masing-masing kebudayaan atau etnis di masyarakat. Lewat nilai-nilai keindahan atau estetika tersebut busana dapat mempengaruhi mental dan psikologis dari pemakai busana maupun orang yang melihatnya.

Fungsi fashion selanjutnya yang ke-4 yaitu busana sebagai media untuk menunjukkan identitas diri. Identifikasi adalah proses pemaparan dari jati diri apa dan siapa orang tersebut. Proses identifikasi lewat busana sebagai contoh adalah dengan penggunaan seragam. Lewat busana seragam yang digunakan bisa diketahui apakah orang tersebut berasal dari suatu profesi misalnya seorang polisi, tentara, dokter. Atau lewat pakaian yang digunakan dapat terlihat identitas agama, suku dan lain-lain.

Fungsi fashion yang ke-5 yaitu fashion sebagai penunjuk status sosial. Busana sebagai penunjuk nilai atau status sosial. Dalam hal ini manusia menggunakan busana yang mengandung nilai-nilai untuk menunjukkan kekuasaan, kedudukan dan status sosial. Seperti misalnya seorang raja akan menggunakan pakaian dengan berbagai atribut tertentu yang tidak akan dipakai oleh orang lain atau rakyat biasa.

Fungsi terakhir yang ke-6 yaitu busana sebagai media untuk aktualisasi diri. Fashion sebagai ajang untuk megaktualisasikan diri ini memang dirasakan sangat kompleks dan personal. Mengingat aktualisasi diri pada masing-masing orang bisa sangat berbeda-beda. Tetapi mengingat definisi fashion di atas bahwa fashion yang berlaku pada masyarakat di suatu masa sangat dipengaruhi oleh keadaan sosial-politik atau kebudayaan yang terjadi pada masa tersebut, maka pada masa kini dimana isu global yang sedang mengemuka adalah mengenai *sustainability* maka hal tersebut juga menjadi topik pembahasan yang juga mengemuka untuk dibahas pada bidang fashion.

## 2. METODE PENELITIAN

Untuk mendapatkan data yang komprehensif mengenai pada penelitian ini akan dilakukan metode gabungan kualitatif dengan melakukan studi literatur, observasi lapangan, dan wawancara. Data awal berdasarkan latar belakang dan landasan teori awal mengenai fungsi fashion di atas maka selanjutnya

akan dianalisa bagaimana landasan teori dan fenomena yang berkembang dalam keilmuan fashion ini juga diimplementasikan dalam industri fashion di Indonesia.

Pada penelitian ini akan dibahas perkembangan industri fashion di Indonesia secara umum dan khususnya potensinya untuk diarahkan menjadi ramah lingkungan. Sehingga diharapkan pada masa yang akan datang dapat menjadi contoh atau inspirasi dari berkembangnya *sustainable fashion* di Indonesia. Karena tidak dapat dipungkiri, ditengah kian pesatnya perkembangan industri fashion di Indonesia ini, perlu dibentuk suatu konsep yang tetap berpegang pada keseimbangan antara aktifitas manusia dan lingkungan.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1 Industri Fashion di Indonesia**

Industri fashion adalah kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fashion, serta distribusi produk fashion (Muslikhah, 2014). Ruang lingkup industri fashion juga dikuatkan oleh Hasibuan (2000) dalam pengertian industri merupakan kumpulan dari sejumlah perusahaan yang menghasilkan barang-barang homogen, atau barang-barang yang mempunyai sifat saling mengganti sangat erat. Dalam penelitian ini maka barang-barang yang homogen tersebut adalah produk fashion dan jenis industri yang dimaksud adalah industri fashion.

Saat ini di Indonesia industri fashion termasuk dalam salah satu sub-sektor industri kreatif. Berdasarkan buku "Industri Kreatif" yang ditulis oleh Wiko Saputra, kemunculan dan perkembangan Industri Kreatif ini disebabkan oleh perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi memasuki era baru dan perekonomian global. Dimulai dari Inggris tahun 1998, konsep ekonomi kreatif mulai dikembangkan dalam paradigma baru ekonomi global. Dan ini mendapat respon dalam kelompok industri. Maka munculah industri-industri kreatif yang menciptakan nilai unik dalam konsep industri (Saputra, 2010).

Di Indonesia, industri kreatif mulai mendapatkan tempat dalam perekonomian ketika tuntutan pasar yang semakin kreatif. Banyak muncul industri-industri kreatif di Indonesia. Saat ini industri kreatif di Indonesia muncul menjadi embrio baru pada sektor industri, yang berbeda dengan industri kreatif yang berkembang di negara maju seperti Inggris. Sehingga skala usaha pun menjadi besar dan di Indonesia muncul dari usaha kecil menengah dengan memperkenalkan konsep budaya lokal ditambah sentuhan ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi.

Melalui beberapa arah kebijakan industri dari pemerintah Indonesia dalam dua puluh tahun kedepan, subsektor industri kreatif ini mulai menjadi perhitungan dan menjadi kebijakan industri nasional. Departemen Perdagangan Republik Indonesia telah menyusun Roadmap Ekonomi Kreatif Indonesia 2010-2025 di mana kebijakan ini sangat jelas untuk mendorong subsektor industri kreatif menjadi basis dalam pengembangan sektor industri nasional.

Menurut Opus (Ekonomi Kreatif Outlook 2017), subsektor industri kreatif di Indonesia terdiri dari 16 subsektor yang terdiri dari: Desain Komunikasi Visual, Desain Interior, Arsitektur, Seni Pertunjukan, Kuliner, Fotografi, Kriya, Fashion Film, Animasi dan Video Musik Periklanan Aplikasi dan Game Developer Penerbitan Televisi dan Radio.

Adapun subsektor fashion yang menjadi topik dalam penelitian ini memiliki ruang lingkup kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fashion serta distribusi produk fashion. Di Indonesia, peran industri kreatif dalam ekonomi Indonesia cukup signifikan dengan besar kontribusi terhadap PDB rata-rata tahun 2002-2006 adalah sebesar 6,3% atau setara dengan 104,6 Triliun rupiah (nilai konstan) dan 152,5 triliun rupiah (nilai nominal). Industri ini telah mampu menyerap tenaga kerja rata-rata tahun 2002-2006 adalah sebesar 5,4 juta dengan tingkat partisipasi sebesar 5,8%.

Industri fashion di Indonesia saat ini dapat berkembang sedemikian besar dikarenakan keunikan konten budaya Nusantara yang terkandung didalamnya. Betapa potensial dan kayanya kebudayaan Indonesia sebagai sumber inspirasi dan modal utama para desainer dan pelaku bisnis fashion di Indonesia. Keanekaragamannya ini seolah-olah tidak pernah ada habisnya untuk diolah dan diaplikasikan dalam kedinamisan perkembangan industri fashion saat ini. Ciri khas konten Budaya Nusantara ini yang menjadikan produk fashion di Indonesia digemari baik pada pasar nasional dan juga internasional. Produk fashion karya desainer atau jenama fashion asal Indonesia memiliki kekhasan tersendiri. Walaupun sebagaimana halnya industri terdapat tren global yang juga mempengaruhinya. Konten Budaya Nusantara

iniilah yang seharusnya senantiasa dikembangkan dan digali oleh para desainer dan jenama fashion asal Indonesia untuk mengembangkan produknya, karena inspirasi yang bisa digali dari Budaya Nusantara bukan hanya keindahan visual seperti warna, ornament, dan gaya saja tetapi juga nilai-nilai filosofis dan cara produksi yang memiliki kearifan lokal yang sangat baik untuk dikembangkan.

### 3.2 Potensi Pengembangan *Sustainable Fashion* di Indonesia

Kearifan lokal dari Budaya Nusantara yang sangat potensial untuk dikembangkan yaitu saat ini pada perkembangan industri fashion di Indonesia yang kian pesat yaitu praktik-praktik pengolahan material dan perancangan produk yang ramah lingkungan. Mengingat saat ini industri fashion adalah salah satu penyumbang limbah terbesar setelah minyak bumi. Sehingga bagi Indonesia dimana industri fashion merupakan salah satu sub-sektor ekonomi kreatif terbesar, sudah seharusnya mulai turut serta dalam menggunakan konsep *sustainable fashion*.

*Sustainable fashion* yang merupakan bagian dari konsep *sustainability* secara global adalah pelestarian kehidupan melalui keseimbangan ekologi antara manusia, hewan, tumbuhan, dan planet. Berdasarkan (Brown, 2010) dalam (Arumsari, 2017), ruang lingkup *sustainable fashion* yaitu sumber dan produk fashion yang dikembangkan tidak menimbulkan polusi dan tidak menguras sumber daya tak terbarukan dalam proses atau produksinya, baik terhadap planet bumi maupun manusia dan makhluk hidup lainnya. Menurut (Arumsari, 2022) perkembangan saat ini yang terjadi pada industri fashion di Indonesia meski belum semua pelaku industri terlibat, namun beberapa produsen, desainer, dan konsumen sudah mulai memiliki kesadaran akan pentingnya konsep berkelanjutan. Sudah semakin banyak fashion jenama fashion lokal di Indonesia yang menerapkan praktik-praktik ramah lingkungan pada pengembangan produknya. Praktik-praktik ramah lingkungan yang saat ini banyak dikembangkan oleh jenama fashion di Indonesia yaitu penggunaan serat dan pewarna alam. Penggunaan serat dan pewarna alam bukan merupakan sesuatu yang baru bagi orang Indonesia, sebagaimana diketahui bahwa penggunaan serat dan pewarna alam merupakan warisan kebudayaan yang telah diwariskan oleh nenek moyang bangsa Indonesia sejak zaman dahulu. Dari setiap pulau yang ada di Indonesia terdapat praktik-praktik pengolahan serat dan pewarna alam untuk selanjutnya ditenun menjadi (Arumsari, 2018).

Kain-kain tersebut seperti Kain Songket dari Sumatera Selatan; Kain Ulos dari Sumatera Utara; Kain Tapis dari Lampung; Kain Lurik, Batik dan Jomputan dari Pulau Jawa; Kain Cepuk, Poleng, Geringsing, dan Endek dari Bali, Kain Tenun Ikat dari Nusa Tenggara, juga terdapat kain-kain tradisional lainnya dari Pulau Kalimantan dan Sulawesi (Kartiwa, 2007)

Pada awalnya kain-kain tradisional tersebut secara keseluruhan dibuat dengan menggunakan pewarna alam yang berasal dari tanaman dan mineral yang terdapat dari lingkungan sekitar tempat kain tersebut diproduksi. Sumber pewarna alam tersebut biasanya berupa daun, buah, akar, batang pohon ataupun bunga seperti misalnya warna biru yang didapat dari tanaman indigo atau dalam istilah Indonesia disebut tarum (*indigofera tinctoria*); warna merah atau ungu yang berasal dari akar mengkudu (*morinda citrifolia*); warna coklat yang berasal dari pohon mahoni (*swietenia mahagoni*); warna kuning yang didapat dari kunyit (*curcuma domestica*); warna hijau yang biasanya didapat dari jelawe (*terminalia belerica*); dan warna hitam yang didapat dengan merendam benang pada lumpur atau campuran indigo dengan pewarna lain. (Suheryanto, 2017)

Pengolahan pewarna dan serat alam tersebut telah dikembangkan di Indonesia semenjak abad 17 (Suheryanto, 2017). Pewarnaan ini diaplikasikan pada kain yang biasanya digunakan untuk kepentingan berbusana sehari-hari sampai dengan untuk kepentingan upacara adat. Pada perkembangannya disaat kain-kain tradisional ini mulai menjadi komoditas industri dan memerlukan proses produksi yang lebih cepat untuk memenuhi kebutuhan pasar, maka para pengrajin kain mulai beralih pada pewarna sintetis. Hal ini dikarenakan pengolahan pewarna alam memang membutuhkan waktu yang lama dan proses yang panjang dari awal persiapan sampai akhirnya kain siap digunakan. Tetapi setelah industri tekstil dan fashion berkembang pesat seperti saat ini dengan sebagian besar industri tersebut menggunakan pewarna sintetis, maka penggunaan pewarna sintetis tersebut tentu saja menjadi permasalahan besar. Pewarna sintetis terbuat dari bahan kimia yang dapat merusak alam dan berbahaya bagi manusia.

Upaya pengembangan fashion yang lebih ramah lingkungan pada industri fashion di Indonesia juga dapat dikembangkan dengan metode *zero waste fashion design*. Menurut Nursari dan Djamil (2019), *zero waste fashion design* merupakan metode dalam proses produksi busana yang bertujuan supaya limbah yang dihasilkan pada proses produksi tersebut minim dengan persentase kurang dari 15 persen. Metode ini

banyak dikembangkannya saat ini dikarenakan industri fashion menjadi industri dengan hasil limbah terbesar kedua di dunia. Metode *zero waste fashion design* dilakukan dengan melakukan *plotting* atau penempatan pola pada kain secara manual ataupun digital. Proses *plotting* pola secara digital lebih disarankan untuk mengefektifkan proses produksi, supaya penggunaan kain lebih terukur dan efisien (Azzahrah dan Nursari, 2023). Sehingga kain serat alam yang telah dibuat dengan pewarna alam dengan proses yang cukup rumit tadi dapat optimal dikembangkan menjadi produk fashion, tanpa banyak menghasilkan limbah produksi lagi.

Berdasarkan fenomena praktik-praktik *sustainable fashion* di atas, saat ini di Indonesia mulai banyak bermunculan gerakan baik dalam skala kelompok ataupun inisiatif pribadi dari desainer ataupun pemilik jenama fashion untuk menggunakan kembali pewarna alam dan mengaplikasikan *zero waste fashion design* pada proses produksi fashion. Faktor kerumitan dan lama waktu pengerjaan memang masih menjadi kendala dan membutuhkan pengembangan lebih lanjut, tetapi saat ini dapat menjadi nilai tersendiri yang dapat diterima dan dihargai lebih oleh konsumen sebagai implementasi konsep *sustainable fashion* tersebut. Banyaknya apresiasi dan permintaan terhadap produk fashion ramah lingkungan ini dapat dilihat dari makin bermunculannya bisnis fashion yang menggunakan pewarna alam pada proses produksinya di Indonesia.

Apresiasi dan permintaan yang besar terhadap produk fashion ramah lingkungan ini jika dikaitkan dengan piramida fungsi fashion pada bagian pendahuluan, terkait dengan fungsi fashion saat ini yang sudah menjadi media untuk aktualisasi diri. Saat ini sudah terdapat lapisan masyarakat yang menyadari pentingnya implementasi konsep sustainability dalam kehidupan sehari-hari termasuk dalam berpakaian. Mereka menyadari bahwa dalam implementasi gaya hidup pun harus sebisa mungkin ramah lingkungan dan seminimum mungkin memiliki dampak negatif dalam kerusakan lingkungan.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan pada ajang pameran dan *fashion show* nasional, lapisan masyarakat yang menjadi konsumen produk *sustainable fashion* di Indonesia tersebut biasanya berasal dari kalangan berpendidikan tinggi dengan kelas ekonomi menengah-atas. Mereka menyadari bahwa saat ini dampak kerusakan Lingkungan seperti perubahan iklim sudah sangat dirasakan terutama di Indonesia dan tidak bisa dibiarkan begitu saja. Sehingga walaupun produk yang dihasilkan dengan metode *sustainable fashion* ini cenderung memiliki harga yang lebih mahal mereka tetap membelinya dikarenakan menyadari nilai-nilai keunikan dan kebaikan yang terkandung didalamnya.

#### **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mengenai perkembangan industri fashion di Indonesia yang kian berkembang pesat dan berpesanan besar dalam perekonomian Indonesia, perkembangan industri fashion terutama dalam era ekonomi kreatif ini tentu sebaiknya tetap didukung untuk semakin berkembang. Tetapi perlu juga diarahkan supaya perkembangan tersebut lebih menopang dampak yang baik seperti perkembangan ekonomi, dan dihindarkan dari potensi dampak buruk yang dihasilkan seperti kerusakan lingkungan.

Untuk menghindari adanya potensi dampak buruk seperti kerusakan Lingkungan perlu dikembangkan metode-metode pengolahan material dan Perancangan produk yang lebih ramah lingkungan sesuai konsep *sustainable fashion*. Konsep *sustainable fashion* yang bersifat global pada prakteknya di Indonesia sejalan dengan nilai-nilai pada Budaya Nusantara yang diajarkankan oleh nenek moyang Bangsa Indonesia. Prakte-praktek tersebut yaitu penggunaan serat dan perwarna alam dalam pengolahan material dan penerapan metode *zero waste fashion design* pada perancangan produk fashion. Sangat disarankan bagi para pelaku industri fashion untuk semakin mengembangkan praktik-praktik ramah lingkungan tersebut para produk-produk fashion yang dihasilkan. Selain itu saat ini memang sudah semakin banyak desainer dan jenama fashion Indonesia yang mempraktikkan hal tersebut, dikarenakan sudah semakin banyak juga lapisan masyarakat sebagai konsumen fashion yang semakin menghargai dan mengapresiasi produk fashion yang lebih ramah lingkungan.

#### **PERNYATAAN PENGHARGAAN**

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Universitas Telkom sebagai institusi homebase peneliti yang seluruh pihak didalamnya yaitu Direktorat PPM Universitas Telkom, Dekan Fakultas Industri Kreatif (Dr. Roro Retno Wulan, S.Sos., M.Pd), Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Industri Kreatif (Dr. Fajar

Ciptandi, S.Ds., M.Ds), KaProdi S1 Kriya Universitas Tekom (M Sigit Ramadhan, S.Pd., M.Sn), Ketua Kelompok Keahlian INLIVE (Mahendra Nur Hadiansyah, ST., M.Ds) dan Unit Keuangan & SDM Fakultas Industri Kreatif, yang sudah memberikan berbagai support sehingga penelitian ini dapat berjalan dan selesai dengan baik dan dapat diikutsertakan dalam Seminar nasional SENADA 2024. Terimakasih juga Disampaikan kepada Institut Desain dan Bisnis Bali atas kesempatannya sehingga makalah ini dapat diikutsertakan dan dipresentasikan pada Seminar Nasional SENADA 2024.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] G. S. Frings. Fashion from Concept To Consumer. Prentice Hall Inc, New Jersey, USA. 1987
- [2] A. Arumsari. "Optimalisasi Pengolahan Kain Brokat Dalam Konteks Produksi Eco-Fashion". Institut Teknologi Bandung, 2010.
- [3] S. R. Muslikhah. "Analysis of Tailor Worker Performance In Fashion Industry, Case Study: Bogor And Yogyakarta". Proceeding of the 3rd International Conference on Management & Muamalah 2016 (3rd ICoMM) 31st October - 1 st November 2016, 978-967-0850-61-0, 2014.
- [4] M. Hasibuan. Manajemen Sumber Daya Manusia. STIE YKPN, Yogyakarta, 2000.
- [5] W. Saputra. Industri Kreatif, Indonesia: Baduose Media, 2010.
- [6] Badan Ekonomi Kreatif. OPUS Ekonomi Kreatif Outlook 2018. Jakarta-Indonesia, 2018.
- [7] A. Arumsari dkk. "Comparative Study of Environmental Friendly Concept on Fashion in Indonesia". Advances in Economics, Business and Management Research (AEBMR), volume 41. 4th Bandung Creative Movement International Conference on Creative Industries 2017 (BCM 2017), 2017
- [8] A. Arumsari dan H.N Putri "Motif Batik Mega Mendung Sebagai Inspirasi dalam Penerapan Metode Re-Design pada Busana Denim Secondhand". Jurnal Dinamika Kerajinan dan Batik, VOL. 39 NO. 2, 2022.
- [9] A. Arumsari dkk. "Pemanfaatan Pewarna Alam sebagai Trend Baru pada Fashion Brands di Indonesia". Jurnal Rupa Vol. 03. Edisi 2 No. 03, 2018
- [10] S. Kartiwa dan U. Hermanto. Tenun Ikat: Indonesia's Ikat Weaving Tradition. Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia, Jakarta, Indonesia, 2010.
- [11] D. Suheryanto. Natural Dyes: Ensiklopedia Zat Warna Alami dari Tumbuhan untuk Industri Batik. CV Andi Offset, Yogyakarta, 2017.
- [12] F. Nursari dan F. H. Djamal. "Implementing Zero Waste Fashion in Apparel Design". Bandung Creative Movement International Conference in Creative Industries 2019, Bandung, 2019.
- [13] N. Azzahrah, F. Nursari "Penerapan Metode Zero Waste Fashion Pada Perancangan Busana Modest Moderen". Moda: The Fashion Journal, 2023