

TINGKAH LAKU KONSUMTIF FAST FASHION DI KALANGAN MASYARAKAT PADA FENOMENOLOGI TENTANG GAYA HIDUP FAST FASHION MAHASISWA JAMBI

Primadi Prasetyo¹⁾, Paulina Lubis²⁾, Maimunah Permata Hati Hasibuan³⁾

^{1),2)}Universitas Jambi

³⁾UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

E-Mail:

primadi.prasetyo@unja.com¹⁾, paulina.lubis@unja.ac.id²⁾,
maimunahpermatahati@uinjambi.ac.id³⁾

Submitted:
27-06-2025
Accepted:
29-07-2025
Published:
30-07-2025

ABSTRAK

Industri fashion kini menjadi tren yang digemari, terutama di kalangan mahasiswa. Kecenderungan mengikuti tren memicu fenomena fast fashion, yaitu pembelian pakaian secara cepat dan sering, yang mendorong perilaku konsumtif dan meningkatkan limbah tekstil. Kegiatan ini bertujuan mengkaji pengetahuan mahasiswa di Kota Jambi tentang dampak lingkungan dari kebiasaan belanja mereka serta faktor penyebab ketertarikan terhadap fast fashion. Metode yang digunakan menggunakan pendekatan gabungan yakni penyuluhan, sosialisasi dimana membangun penyadartahuan masyarakat tentang gaya hidup dalam berbelanja dengan fokus CLTS (Community-Led Total Sanitation). Hasil menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa belum menyadari dampak lingkungan dari perilaku konsumtif mereka. Oleh karena itu, diperlukan edukasi dan kampanye kesadaran untuk mendorong pola konsumsi fashion yang lebih ramah lingkungan.

Kata kunci: Fast Fashion, Gen Z, Konsumtif

ABSTRACT

The fashion industry has become a popular trend, especially among university students. The tendency to follow trends has driven the rise of fast fashion—frequent and rapid clothing purchases—which leads to consumerist behavior and increases textile waste. This study aims to examine students' awareness in Jambi City regarding the environmental impact of their shopping habits and the factors behind their interest in fast fashion. This method using a combined approach, namely counseling, socialization which builds public awareness about lifestyle in shopping with a focus on CLTS (Community-Led Total Sanitation). Results show that most students are still unaware of the environmental consequences of their consumption patterns. Therefore, education and awareness campaigns are needed to promote more environmentally friendly fashion consumption.

Keywords: Fast Fashion, Gen Z, Consumptive

Corresponding Author:
Author Primadi Prasetyo

PENDAHULUAN

Perkembangan industri *fashion* saat ini mengalami peningkatan pesat, khususnya di kalangan pemuda yang menjadikan *fashion* sebagai identitas dan ekspresi diri. Tren berpakaian yang terus berubah mendorong munculnya fenomena *fast fashion*, yaitu konsumsi pakaian dalam frekuensi tinggi dan waktu singkat demi mengikuti perkembangan mode (Hakim & Rusadi, 2022;

Ramadhan, 2024; Wibawa et al., 2024). Meskipun menawarkan akses terhadap busana modis dengan harga terjangkau, fast fashion menimbulkan dampak signifikan terhadap lingkungan, seperti meningkatnya emisi karbon dan pencemaran air akibat proses produksi tekstil. Dalam proses yang cepat ini, *fast fashion* tentunya menghadirkan konsep serta produk trendi yang terus berganti dalam kurun waktu tertentu yang dibandrol dengan harga yang murah (Leman et al., 2020; Maiti, 2025; Shinta, 2018).

Menurut nationalgeographic.grid.id, data menunjukkan industri tekstil menyumbang 10% emisi karbon dan 20% pencemaran air dunia (Priyambodo, 2022). Selain itu, masuknya pakaian bekas impor ilegal dari negara-negara seperti Tiongkok dan Malaysia turut memperparah persoalan limbah tekstil di Indonesia (Budiyanti, 2023). Sungai Citarum di Jawa Barat menjadi contoh nyata kerusakan lingkungan akibat limbah pewarna sintetik industri tekstil. Fenomena ini diperparah oleh budaya konsumtif yang menjadikan pakaian sebagai simbol status sosial, bukan kebutuhan fungsional (Erianti & Djelantik, 2019).

Dalam perspektif Islam, perilaku konsumtif dan berlebihan dilarang, sebagaimana tercantum dalam Surah Al-A'raf ayat 31. *Fast fashion* mencerminkan pemborosan dan pola konsumsi yang digerakkan oleh nafsu, bukan kesadaran. Mahasiswa sebagai agen perubahan memiliki peran penting dalam membentuk kesadaran ekologis melalui pola konsumsi yang bijak dan berkelanjutan.

Kegiatan ini bertujuan untuk: (1) mengetahui tingkat pengetahuan mahasiswa di Kota Jambi terhadap dampak lingkungan dari *fast fashion*; (2) mengidentifikasi penyebab ketertarikan mereka terhadap *fast fashion*; dan (3) merumuskan solusi untuk meminimalisasi budaya konsumtif di kalangan mahasiswa.

METODE

Pengabdian ini menggunakan pendekatan gabungan yakni penyuluhan, sosialisasi dimana membangun penyadartahuan masyarakat tentang gaya hidup dalam berbelanja dengan fokus CLTS (*Community-Led Total Sanitation*). Dalam pendekatan CLTS, tim pengabdian fokus pada pengembangan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam mengadopsi perilaku hidup yang tidak boros, sadar lingkungan dan peduli dan berkelanjutan (Kar et al., 2008). Oleh sebab itu, peneliti selalu melibatkan pihak masyarakat dalam pelaksanaan pengabdian. Kegiatan ini dilakukan di Kota Jambi, khususnya pada mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi seperti Universitas Jambi, Universitas Batanghari, dan STIE Jambi. Kota Jambi dipilih karena merupakan salah satu pusat pertumbuhan ekonomi dan pendidikan di Provinsi Jambi, yang turut memengaruhi pola konsumsi mahasiswa terhadap tren fashion

Tabel 1. Waktu Pelaksanaan pengabdian

No	Jenis Kegiatan	Tahun 2025						
		Juni	Juli	Agus	Sept	Okt	Nov	Des
1	Penyusun instrumen pengabdian: pedoman wawancara, angket, lembar validasi, lembar observasi							
2	Penyebaran dan pengumpulan angket							
3	FGD para pihak yang terkait dengan dekranasda dan industri tekstil lainnya terkait bahan dan penggunaan warna baju yang aman bagi lingkungan							
4	Sosialisasi kepada masyarakat khususnya mahasiswa yang notabene gen Z tentang bagaimana berbelanja yang ramah lingkungan							

No	Jenis Kegiatan	Tahun 2025						
		Juni	Juli	Agus	Sept	Okt	Nov	Des
5	Melakukan validasi ahli							
6	Pengimputan dan analisis data Pengabdian							
7	Penyusunan laporan pengabdian							
8	Penyusunan naskah artikel							
9	Melakukan pendaftaran HKI produk							

Tabel 2. Anggaran Pengabdian

No	Komponen	Biaya yang diusulkan (Rp)
1	Pra Pengabdian	11.200.000
2	Pelaksanaan Pengabdian	23.000.000
3	Pelaporan	15.800.0000
	Total	40.000.000

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Profil Mitra

Kegiatan ini melibatkan 3 mitra yang merupakan mahasiswa aktif dari berbagai jurusan dan semester, dengan rentang usia 18-23 tahun. Informan dipilih secara purposive dengan kriteria memiliki minat tinggi terhadap fashion dan aktif mengikuti tren berpakaian terbaru.

2) Hasil Wawancara

a. Motivasi Mengikuti Fast Fashion

Mayoritas informan mengaku membeli pakaian baru setiap bulan, khususnya saat ada promo dari brand fashion seperti H&M, Zara, Shopee, atau TikTok Shop. Alasan utamanya adalah:

- Ingin tampil modis dan *up to date*;
- Pengaruh media sosial, khususnya TikTok dan Instagram;
- Harga pakaian fast fashion yang terjangkau dan bervariasi.



Gambar 1. Wawancara bersama dosen di salah satu universitas (beliau mengatakan bahwa mahasiswa lebih percaya diri membeli pakaian yang ber-merk)

Sebagian besar informan mengakui bahwa mereka sering membeli pakaian meskipun belum dibutuhkan. Pola konsumtif ini muncul karena:

- Dorongan emosional (lapar mata, FOMO);
- Diskon dan flash sale;
- Lingkungan sosial yang mendukung (teman sebaya).



Gambar 2. Bersama para informan dari kalangan Gen Z (tim pengabdian mewawancarai faktor pendorong mereka serta pola hasrat apa yang mendasari mereka membeli pakaian)

b. Dampak Terhadap Keuangan

Beberapa mahasiswa mengaku menggunakan uang bulanan atau bahkan paylater untuk membeli pakaian. Hal ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara kebutuhan dan keinginan.



Gambar 3. Sosialisasi kepada salah satu informan dari kantor pinjaman online (Rata-rata data peminjam adalah banyak dari mahasiswa)

c. Kesadaran Lingkungan

Kesadaran terhadap dampak lingkungan dari fast fashion masih rendah. Hanya 1 dari 3 informan yang mengetahui bahwa industri fashion berkontribusi terhadap limbah tekstil dan pencemaran lingkungan. Namun, pengetahuan tersebut belum diikuti oleh perubahan perilaku.

3) Pembahasan

a. Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa gaya hidup mahasiswa di Jambi cenderung konsumtif dalam urusan fashion. Mereka menjadikan fashion sebagai bagian dari identitas diri dan sarana aktualisasi, namun kurang memperhatikan aspek keberlanjutan. Hal ini bisa diambil benang merahnya dengan wawancara kepada informan terkait.

b. Fenomena Fast Fashion dan Media Sosial

Media sosial berperan besar dalam menyebarkan tren fast fashion. TikTok dan Instagram menjadi platform utama yang membentuk persepsi mahasiswa terhadap fashion ideal, mendorong mereka membeli produk secara impulsif. Maka, sudah seyogyanya para pengusaha pemilik media sosial membuat edukasi konten pentingnya lingkungan yang berkelanjutan.

c. Kurangnya Edukasi Lingkungan

Rendahnya kesadaran mahasiswa terhadap dampak lingkungan dari fast fashion menunjukkan perlunya edukasi dan kampanye keberlanjutan. Program seperti *swap clothes*, *thrifting*, dan *fashion re-cycling* masih belum umum di kalangan mahasiswa Jambi. Maka, sudah saatnya dosen dalam memberikan ceramah kuliah atau pengabdian melibatkan mahasiswa tentang hal ini agar limbah pakaian dan pewarna buatan yang tidak ramah lingkungan digunakan lebih optimal dan tidak *massive*.

KESIMPULAN

Dari tim pengabdian yang sudah melakukan wawancara kepada informan terkait, ditemukan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa terhadap *fast fashion* didorong oleh keinginan untuk mengikuti tren dan tekanan media sosial, tanpa disertai kesadaran yang cukup terhadap dampak lingkungan. Gaya hidup ini berpotensi menimbulkan masalah keuangan pribadi dan kerusakan ekologis bila tidak diimbangi dengan edukasi dan perubahan pola konsumsi. Perlu adanya peran dosen dan *stakeholder* terkait untuk sosialisasi penyuluhan bahkan melibatkan mahasiswa dalam pengabdian dan penelitian agar terbuka wawasan mereka terhadap *fast fashion* karena mereka adalah gen Z yang menjadi penerus bangsa dan negara.

REFERENSI

- Budyanti, E. (2023). Dampak negatif impor pakaian bekas terhadap perekonomian. *XV* (6).
- Erianti, D., & Djelantik, S. (2019). Program Revitalisasi Sungai Citarum; Sebuah Analisis Strength, Weakness, Advocates, Adversaries (SWAA). *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu dan Praktek Administrasi*, 16(1), 81-96.
- Hakim, A. L., & Rusadi, E. Y. (2022). Kritik Globalisasi: Fenomena Fast Fashion Sebagai Budaya Konsumerisme Pada Kalangan Pemuda Kota Surabaya. *ALMAARIEF*, 59-67.
- Kar, D., Sur, P., Mandai, S. K., Saha, T., & Kole, R. K. (2008). Assessment of heavy metal pollution in surface water. *International Journal of Environmental Science & Technology*, 5(1), 119-124.
- Leman, F. M., Soelityowati, J. P., & Purnomo, J. (2020). Dampak Fast fashion terhadap lingkungan. *In Seminar nasional envisi* (pp. 128-136).
- Maiti, R. (2025). *The Environmental Impact of Fast Fashion, Explained*. earth.org. Retrieved from: <https://earth.org/fast-fashions-detrimental-effect-on-the-environment/>
- Priyambodo, U. (2022). *Bahan Pakaian yang Tak Ramah Lingkungan, Mencemari Bumi tiap Dicuci*. nationalgeographic.grid.id. Retrieved from: <https://nationalgeographic.grid.id/read/133623696/bahan-pakaian-yang-tak-ramah-lingkungan-mencemari-bumi-tiap-dicuci?page=all>
- Ramadhan, A. F. (2024). Tren fast fashion pakaian masa new normal di Indonesia: Efektivitas konsep sustainable fashion terhadap lingkungan. *Journal of Waste and Sustainable Consumption*, 1(2), 77-89.
- Shinta, F. (2018). Kajian fast fashion dalam percepatan budaya konsumerisme. *Jurnal Rupa*, 3(1), 62-76.

Wibawa, A. P., Kusuma, A. S., & Ikom, S. (2024). *Gaya Hidup Konsumtif Fast Fashion Oleh Masyarakat Urban (Studi Fenomenologi Terkait Gaya Hidup Fast Fashion Mahasiswa Surakarta)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).