

SIRKULARITAS DALAM INDUSTRI MODE: ANALISIS PERAN USAHA PRELOVED TERHADAP KONSUMSI BERKELANJUTAN DAN DAYA SAING EKONOMI KREATIF DI INDONESIA

Danu Budiono, Annisa Fitri, Etika Firgi

Institut *Technology* dan Bisnis Diniyyah Lampung

onohebat@gmail.com

ABSTRAK

Fenomena thrifting atau konsumsi fashion preloved semakin populer di kalangan masyarakat urban Indonesia, seiring dengan meningkatnya kesadaran akan isu keberlanjutan dan kebutuhan ekonomi yang dinamis. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran usaha preloved dalam mendorong konsumsi berkelanjutan serta kontribusinya terhadap daya saing subsektor fashion dalam ekonomi kreatif Indonesia. Menggunakan metode studi kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis isi, data dikumpulkan dari literatur relevan dan sumber data sekunder seperti laporan kementerian, studi internasional, serta statistik e-commerce dan impor pakaian bekas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha preloved tidak hanya berkontribusi dalam pengurangan limbah tekstil melalui pendekatan sirkularitas, tetapi juga membuka peluang baru dalam pasar digital dan wirausaha kreatif. Meskipun masih menghadapi tantangan regulasi dan stigma sosial, model bisnis preloved berpotensi menjadi bagian penting dari transformasi industri fashion nasional yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Temuan ini memberikan implikasi strategis bagi penguatan ekosistem ekonomi kreatif berbasis lingkungan di Indonesia.

Kata kunci : preloved fashion, thrifting, konsumsi berkelanjutan, ekonomi kreatif, sirkularitas

Latar Belakang

Industri mode merupakan salah satu penyumbang terbesar bagi pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia. Menurut laporan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dan BPS (2019), subsektor fashion menyumbang lebih dari 18% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif nasional. Namun, di balik pertumbuhan tersebut, industri mode juga tercatat sebagai salah satu penyumbang polusi terbesar secara global, menyumbang sekitar 10% dari total emisi karbon dunia dan sekitar 20% dari limbah air industri (Ellen MacArthur Foundation, 2017).

Kondisi ini mendorong munculnya gerakan sustainable fashion, yaitu pendekatan dalam industri mode yang bertujuan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan melalui praktik produksi dan konsumsi yang lebih bertanggung jawab. Di Indonesia, gerakan ini mulai berkembang seiring meningkatnya kesadaran konsumen muda terhadap isu lingkungan, etika produksi, serta konsumsi berkelanjutan. Salah satu manifestasi dari perubahan perilaku ini adalah meningkatnya popularitas produk preloved (pakaian bekas layak pakai) atau aktivitas yang dikenal sebagai *thrifting*.

Fenomena ini tidak hanya menjadi tren konsumsi alternatif, tetapi juga membuka ruang ekonomi baru bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan

menengah (UMKM), khususnya generasi muda yang memanfaatkan platform digital seperti Instagram, Shopee, dan TikTok Shop. Usaha *preloved* menjadi bagian dari praktik ekonomi sirkular yang bertumpu pada prinsip memperpanjang usia pakai barang dan mengurangi limbah (Kirchherr et al., 2017). Namun, di tengah perkembangannya, usaha *preloved* masih menghadapi tantangan berupa regulasi, stigma sosial, serta belum adanya dukungan konkret dalam kerangka kebijakan ekonomi kreatif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran usaha *fashion preloved* dalam mendorong konsumsi berkelanjutan dan mengkaji kontribusinya terhadap daya saing subsektor ekonomi kreatif di Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis dalam pengembangan industri mode yang lebih ramah lingkungan dan inklusif secara ekonomi.

a. Sustainable Fashion

Sustainable fashion merujuk pada pendekatan dalam industri tekstil dan mode yang memperhatikan aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi secara holistik. Tujuan utamanya adalah mengurangi dampak negatif produksi dan konsumsi

terhadap lingkungan dan masyarakat, baik dari sisi bahan baku, proses produksi, hingga perilaku konsumen (Henninger et al., 2016). Dalam konteks ini, konsumen didorong untuk membeli lebih sedikit, menggunakan lebih lama, dan memilih produk dengan siklus hidup yang berkelanjutan (Fletcher & Tham, 2019).

b. Ekonomi Sirkular

Ekonomi sirkular merupakan model ekonomi yang bertujuan mengeliminasi limbah melalui prinsip "*reduce, reuse, recycle*", serta menciptakan sistem tertutup untuk produk dan material. Dalam sektor fashion, penerapan ekonomi sirkular mencakup praktik seperti *upcycling*, penggunaan bahan daur ulang, dan penjualan barang *preloved* (EMF, 2017). Kirchherr et al. (2017) mendefinisikan ekonomi sirkular sebagai sistem yang bertujuan mempertahankan nilai produk, material, dan sumber daya selama mungkin sambil meminimalisir limbah.

c. Usaha Preloved dan Ekonomi Kreatif

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang dilakukan dengan pendekatan studi literatur. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali makna, memahami fenomena sosial, serta menganalisis keterkaitan antara berbagai konsep yang relevan dalam konteks *preloved fashion*, konsumsi berkelanjutan, dan ekonomi kreatif di Indonesia. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menonjolkan pemaknaan terhadap kondisi sosial tertentu dan membutuhkan kedalaman analisis yang tidak dapat dicapai melalui pendekatan kuantitatif semata (Ramdhan, 2021).

Proses penelitian dilakukan dengan cara mengumpulkan bahan pustaka dari literatur ilmiah yang relevan dengan tema *sustainable fashion* dan ekonomi sirkular dengan menggunakan data laporan riset industri dan perilaku konsumen dari lembaga-lembaga yang merepresentasikan dinamika pasar dan tren konsumen dalam bidang *preloved fashion* di Indonesia. Data dalam penelitian ini dianalisis dengan pendekatan analisis isi (content analysis), yang dilakukan melalui identifikasi tema-tema utama dari berbagai literatur yang dikaji, pengorganisasian data berdasarkan kesamaan konteks maupun perbedaan perspektif dalam menjelaskan fenomena *thrifting*, serta penarikan kesimpulan melalui interpretasi data

Produk *preloved* atau barang bekas layak pakai semakin diminati, terutama di kalangan generasi milenial dan Gen Z. Menurut survei Populix (2021), lebih dari 70% konsumen muda Indonesia pernah membeli pakaian bekas dan menganggapnya sebagai pilihan yang lebih ekonomis dan ramah lingkungan. Usaha *preloved* yang berkembang secara digital turut memperkuat subsektor ekonomi kreatif, terutama dalam aspek distribusi produk, penciptaan lapangan kerja informal, dan inovasi bisnis yang adaptif (UNCTAD, 2020).

d. Tantangan dan Peluang Usaha Preloved

Meskipun memiliki potensi ekonomi dan lingkungan, usaha *preloved fashion* masih menghadapi sejumlah tantangan. Di antaranya adalah ketidakjelasan regulasi mengenai impor barang bekas, stigma konsumen terhadap pakaian bekas, serta kurangnya literasi publik mengenai konsep keberlanjutan (Fatimah et al., 2022). Namun demikian, peluang untuk tumbuh tetap terbuka lebar, terutama jika didukung oleh kebijakan yang berpihak pada wirausaha hijau dan edukasi konsumen.

secara mendalam guna membentuk narasi komprehensif mengenai posisi *preloved fashion* dalam mendorong konsumsi berkelanjutan dan penguatan subsektor ekonomi kreatif.

Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan fenomena *thrifting* yang berkembang di Indonesia sebagai bagian dari transformasi perilaku konsumsi generasi muda. Menganalisis keterkaitan antara tren *preloved fashion* dengan prinsip *sustainable fashion*, yang merupakan bagian integral dari Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya poin ke-12 (konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab). Menelaah dampak sosial dan ekonomi dari tren *thrifting* terhadap perekonomian Indonesia, terutama dalam konteks pertumbuhan UMKM, sektor ekonomi kreatif, dan pola konsumsi yang lebih berkelanjutan.

Hasil Penelitian

Perkembangan Konsumsi Fashion Digital di Indonesia

Pertumbuhan ekonomi digital Indonesia dalam beberapa tahun terakhir telah memengaruhi pola konsumsi masyarakat, termasuk dalam sektor fashion. Berdasarkan laporan terbaru, jumlah pengguna e-commerce di Indonesia meningkat dari

52 juta orang pada tahun 2021 menjadi sekitar 65,65 juta pengguna pada tahun 2025. Kategori fashion tetap menjadi salah satu sektor dengan transaksi tertinggi di berbagai platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop. Konsumen didominasi oleh Generasi Z dan Milenial, yang secara demografis memiliki kecenderungan lebih besar terhadap praktik konsumsi yang cepat, terjangkau, namun mulai memperhatikan keberlanjutan (Populix, 2021). Fenomena ini turut mendorong peningkatan popularitas produk preloved fashion atau pakaian bekas layak pakai, terutama melalui kanal penjualan digital seperti media sosial dan marketplace. Model penjualan live shopping juga semakin mempercepat adopsi produk preloved di kalangan generasi muda.

Dinamika Impor Pakaian Bekas dan Ancaman terhadap Ekonomi Lokal

Salah satu isu krusial dalam pembahasan sustainable fashion di Indonesia adalah keberadaan produk preloved impor. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2022 tercatat sebanyak 26,22 ton pakaian bekas masuk ke Indonesia dengan nilai sekitar USD 272.146 (±Rp 4,2 miliar), meningkat signifikan dari 7,94 ton pada tahun 2021. Namun demikian, data tersebut jauh berbeda dari estimasi ekspor negara asal seperti Malaysia yang mencatat angka lebih dari 26.500 ton pakaian bekas ke Indonesia (Katadata, 2023).

Perbedaan data ini menunjukkan adanya aliran besar impor pakaian bekas yang tidak tercatat secara resmi, atau bahkan ilegal. Asosiasi Produsen Serat dan Benang Filament Indonesia (APSyFI) memperkirakan bahwa pada tahun 2022 terdapat sekitar 432.000 ton pakaian bekas impor yang masuk ke Indonesia secara ilegal, menekan pangsa pasar pakaian lokal hingga 22,7% dari total konsumsi nasional sebesar 1,9 juta ton. Dari jumlah tersebut, sekitar 10% merupakan limbah tekstil dalam kondisi tidak layak pakai, yang diperkirakan menyumbang sekitar 2.700 ton limbah tekstil per tahun. Kondisi ini menimbulkan dilema. Di satu sisi, produk preloved dapat menjadi bagian dari ekonomi sirkular yang mendukung konsumsi berkelanjutan. Di sisi lain, impor ilegal pakaian bekas justru menciptakan tekanan bagi industri tekstil domestik dan memperburuk beban limbah lingkungan.

Kontribusi Usaha Preloved Lokal terhadap Ekonomi Kreatif

Berbeda dengan produk preloved impor, usaha preloved fashion lokal justru berkembang sebagai bagian dari subsektor ekonomi kreatif yang inklusif dan adaptif. Berbagai pelaku usaha muda memanfaatkan media sosial dan marketplace untuk menjual pakaian bekas hasil kurasi, upcycling, atau pertukaran antarkonsumen. Model bisnis ini tidak hanya mengurangi kebutuhan terhadap produk baru, tetapi juga menciptakan peluang kerja baru dan memperpanjang siklus hidup produk. Dalam konteks ekonomi kreatif, usaha preloved lokal menawarkan nilai tambah yang berasal dari narasi keberlanjutan, personalisasi produk, dan model bisnis berbasis komunitas. Selain itu, platform digital memberikan akses yang lebih luas dan efisien terhadap pasar. Hal ini mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB), khususnya target 12.5 terkait pengurangan sampah melalui pencegahan, pengurangan, daur ulang, dan penggunaan kembali.

Implikasi Regulasi dan Kebutuhan Literasi Konsumen

Meningkatnya arus impor pakaian bekas mendorong pemerintah untuk menegakkan regulasi yang lebih ketat. Melalui Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 40 Tahun 2022, impor pakaian bekas secara tegas dilarang. Ketentuan ini menegaskan bahwa barang bekas yang termasuk dalam kategori HS 6309 (pakaian, alas kaki, dan barang tekstil bekas) tidak diperbolehkan masuk ke wilayah Indonesia. Pelanggaran terhadap ketentuan ini dapat dikenakan sanksi administratif maupun pidana.

Namun demikian, pengaturan ini harus diimbangi dengan peningkatan literasi publik tentang konsumsi berkelanjutan dan nilai ekonomi dari produk preloved lokal. Tanpa pemahaman yang baik, konsumen akan tetap memilih produk impor yang murah tanpa mempertimbangkan dampak sosial dan ekologisnya. Oleh karena itu, strategi penguatan edukasi konsumen serta insentif bagi pelaku usaha preloved lokal yang berbasis keberlanjutan menjadi kunci dalam mendukung transformasi industri mode ke arah yang lebih hijau.

Tabel 1. Sintesis Temuan Penelitian

Aspek	Temuan Utama	Implikasi
Pengguna e-commerce	65,65 juta pengguna	Potensi besar bagi pengembangan

Aspek	Temuan Utama	Implikasi
	(2025), mayoritas Gen Z dan Milenial	pasar preloved fashion digital
Volume impor pakaian bekas	Resmi: 26 ton (2022), Estimasi tidak resmi: >26.500–432.000 ton	Ancaman terhadap industri lokal dan sirkularitas domestik
Usaha preloved lokal	Tumbuh melalui e-commerce dan media sosial	Mennunjang UMKM, inovasi, dan penciptaan lapangan kerja
Dampak lingkungan	2.700 ton limbah tekstil dari produk tak layak pakai (2022)	Perlu kebijakan pemilahan, daur ulang, dan pengawasan impor
Regulasi pemerintah	Permendag No. 40/2022 melarang impor pakaian bekas	Mendorong tumbuhnya preloved lokal, tetapi perlu literasi konsumen

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa usaha *preloved fashion* memiliki potensi signifikan dalam mendorong konsumsi berkelanjutan dan memperkuat subsektor ekonomi kreatif di Indonesia. Pertumbuhan pengguna e-commerce yang didominasi oleh generasi muda turut mendorong ekspansi pasar *preloved* secara digital. Usaha ini tidak hanya berkontribusi terhadap pengurangan limbah tekstil dan pemanfaatan kembali barang layak pakai, tetapi juga membuka peluang ekonomi bagi pelaku UMKM, khususnya wirausaha muda.

Namun demikian, fenomena ini tidak lepas dari kompleksitas. Meningkatnya impor pakaian bekas secara ilegal, dengan volume yang jauh melampaui data resmi, berpotensi mengancam industri tekstil lokal dan menimbulkan beban lingkungan tambahan. Meskipun pemerintah telah menerapkan larangan melalui regulasi yang jelas, tantangan implementasi dan rendahnya literasi konsumen terhadap konsumsi berkelanjutan masih menjadi hambatan utama.

Dengan demikian, usaha *preloved fashion* dapat menjadi kekuatan ekonomi baru yang berkelanjutan apabila dikembangkan secara strategis dalam ekosistem digital, dengan perlindungan terhadap produk lokal dan penguatan regulasi lingkungan.

Ucapan Terima Kasih

Puji syukur kehadiran Allah SWT, karena atas berkat rahmat serta rahmat-Nya selama penulisan jurnal *Digital Branding Yasmin Wiwid Lebel* ini dapat terselesaikan dengan baik

Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan terimakasih kepada seluruh pihak-pihak yang telah memberikan bantuan dan berperan dalam penulisan jurnal ini. Semoga Allah SWT membalas budi baiknya.

Daftar Pustaka

- Asosiasi Produsen Serat dan Benang Filament Indonesia. (2022). *Data estimasi impor pakaian bekas* [Laporan internal].
- Badan Ekonomi Kreatif, & Badan Pusat Statistik. (2019). *Opus ekonomi kreatif*. Bekraf.
- Ellen MacArthur Foundation. (2017). *A new textiles economy: Redesigning fashion's future*. <https://www.ellenmacarthurfoundation.org>
- Fatimah, S., Nurfadilah, S., & Kurniawan, H. (2022). Analisis potensi dan tantangan usaha *preloved* dalam mendukung sustainable fashion di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Lingkungan*, 15(2), 103–115.
- Fletcher, K., & Tham, M. (2019). *Earth logic: Fashion action research plan*. The J J Charitable Trust.
- Henninger, C. E., Alevizou, P. J., & Oates, C. J. (2016). What is sustainable fashion? *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 20(4), 400–416. <https://doi.org/10.1108/JFMM-07-2015-0052>

- Katadata. (2023). *Perbedaan data impor pakaian bekas resmi dan estimasi negara asal*. <https://katadata.co.id>
- Kirchherr, J., Reike, D., & Hekkert, M. (2017). Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. *Resources, Conservation and Recycling*, 127, 221–232. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2017.09.005>
- Populix. (2021). *Secondhand fashion trend in Indonesia*. <https://populix.co>
- Ramdhan, M. R. (2021). Pendekatan kualitatif dalam penelitian sosial. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 2(1), 45–55.
- United Nations Conference on Trade and Development. (2020). *Creative economy outlook: Trends in international trade in creative industries 2002–2015*. UNCTAD.
- Undang-Undang Republik Indonesia. (2022). *Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2022 tentang barang dilarang ekspor dan barang dilarang impor*.