BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Permasalahan sampah menjadi masalah yang tak kunjung usai. Pakaian merupakan salah satu penyumbang sampah yang mempengaruhi pencemaran lingkungan. Berdasarkan data UN *Environment Programme* (2020) industri mode atau *fashion* menghasilkan jutaan ton limbah tekstil setiap tahunnya dan menyumbang sekitar 2-8% dari total emisi karbon dunia, 20% dari limbah air global. Industri *fashion* di Indonesia bahkan tercatat menduduki peringkat kedua yang menyumbang 10% dari total emisi karbon global dalam kontribusi kerusakan polusi air akibat tekstil (Rizkiatami et al. 2023). Rubiastuti (2023) mengungkapkan bahwa limbah tekstil terdiri dari potongan kain yang cukup besar sampai dengan potongan kain yang cukup kecil. Kemudian, Kementrian Perencanaan Pembangunan (PPN)/Bappenas menyebutkan bahwa timbunan limbah tekstil di Indonesia diperkirakan mencapai 2,3 juta ton per tahun.

Menurut Arka (2025) permasalahan tingginya limbah tekstil dapat terjadi karena beberapa faktor, yang pertama adalah *fast fashion*. *Fast fashion* dapat dikatakan sebagai pakaian yang cepat berevolusi serta berganti seiring berjalannya waktu mengikuti tren *fashion* yang sedang terjadi, baik tren yang berada di ranah domestik maupun mancanegara. Faktor kedua adalah *overproduction*, dikarenakan *fast fashion* merupakan pakaian yang cepat berganti sesuai dengan tren, sedangkan perusahaan memproduksi lebih banyak pakaian daripada yang dibutuhkan, maka apabila pakaian tersebut sudah tidak diminati maka perusahaan akan membuang stok pakaian tersebut. Faktor ketiga adalah bahan sintetis yang sulit terurai, pakaian yang terbuat dari bahan poliester dan serat sintetis lainnya membutuhkan waktu ratusan tahun untuk terurai di alam.

Fakta lain juga mengungkapkan bahwa industri tekstil merupakan salah satu industri besar di Indonesia, yang juga menghasilkan polusi air dan gas emisi terbanyak kedua setelah industri perminyakan (Defitri, 2022). Kerusakan lingkungan akibat dari minat beli masyarakat terhadap pakaian dari tren *fast fashion* akan terus menyebar dan merusak lingkungan apabila tidak segera diatasi. Dampak

tersebut harus mendapatkan perhatian dan penanganan yang sangat khusus karena pakaian merupakan salah satu kebutuhan yang akan terus digunakan.

Berdasarkan hasil sensus penduduk 2020, jumlah penduduk di Indonesia didominasi oleh generasi z (Badan Pusat Statistik, 2021). Generasi z yang paling banyak terdapat di Kota Jakarta Timur, yaitu sebanyak 782.855 juta jiwa, data tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.1.

Nama Kabupaten/Kota	Generasi Z		
	Laki-laki	Perempuan	Total
Kepulauan Seribu	3.996	3.943	7.939
Jakarta Selatan	285.608	274.616	560.224
Jakarta Timur	401.320	381.535	782.855
Jakarta Pusat	133.987	127.132	261.119
Jakarta Barat	314.405	299.631	614.036
Jakarta Utara	231.529	220.550	452.079

Gambar 1.1 Jumlah Penduduk Generasi Z Menurut Wilayah DKI Jakarta

Berdasarkan data Badan Pusat statistik jumlah penduduk menurut kecamatan di Kota Jakarta Timur pada tahun 2022 wilayah dengan penduduk terbanyak pertama adalah Cakung dengen 565.764 jiwa, kemudian Duren Sawit dengan 417.226 jiwa, Jatinegara dengan 306.489 jiwa, dan Ciracas dengan 303.325 jiwa.

Stillman dalam Arum et al. (2023) menjelaskan bahwa terdapat 7 karakteristik ideal generasi z di amerika dan negara-negara lainnya, antara lain figital yaitu generasi z menjalani aktivitas antara dunia nyata dan digital tanpa adanya batasan. hiper-kustominasi yaitu generasi z menolak pelabelan sosial dan kategorisasi umum atas apapun. Realistis yaitu generasi z cenderung bersikap lebih hati-hati dan tidak menetapkan ekspektasi yang terlalu tinggi terhadap masa depan. *Fear of Missing Out* (FoMO) yaitu generasi z cenderung aktif mengakses dan mengumpulkan informasi didorong oleh rasa ingin tahu yang tinggi dan kekhawatiran tertinggal dari lingkungan sekitarnya. *Weconomist* yaitu Generasi Z dikenal memiliki orientasi kolaboratif dalam bidang ekonomi melalui konsep ekonomi berbagi yang tercermin dari keterlibatannya dalam industri digital. *do it yourself* (d.i.y) yaitu generasi z sudah tidak perlu didampingi atau dibantu apabila mereka ingin mempelajari sesuatu yang baru. Terpacu yaitu generasi z cenderung realistis dan tidak memiliki

mimpi besar, tetapi mereka ingin membawa perubahan positif pada lingkungan dan teknologi dalam genggaman mereka saat ini.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan masyarakat untuk mencegah terjadinya kerusakan lingkungan, yaitu dengan cara *upcycling*. Pakaian *upcycle* merupakan pakaian yang di daur ulang dengan mengubah pakaian lama menjadi produk baru dengan memanfaatkan bahan limbah atau sisa produksi sehingga pakaian tersebut terlihat lebih bernilai, modis, dan berkualitas. Kelebihan dari pakaian *upcycle* adalah mengurangi volume sampah dari industri *fashion*, membantu meminimalisir limbah tekstil yang berakhir di tempat pembuangan akhir, serta memberikan nilai tambah pada limbah tekstil karena diolah menjadi produk yang lebih terlihat modis dan estetik (Anggun et al. 2025). Ciri-ciri pakaian *upcycle* seperti, menggunakan kombinasi bahan yang berbeda dalam satu produk, seringkali terdapat potongan kain yang berbeda dalam satu produk, terdapat detail bordir tambahan atau penambahan kancing/hiasan unik untuk menutupi bagian pakaian lama yang rusak (Reyes, 2025).

Namun *upcycle* sebagai alternatif berkelanjutan masih menghadapi tantangan dalam menarik minat beli konsumen secara luas. Menurut CNN Indonesia (2022) laporan berjudul *Tinkerlust Impact Report* 2022 – *Unlocking Fashion Sustainability and Circular Economy* menemukan bahwa sekitar 63,46% masyarakat Indonesia lebih memilih membeli produk *fast fashion* salah satu alasannya karena dinilai lebih murah dan gayanya yang lebih kekinian. Pakaian *upcycle* sebagai pakaian yang berkelanjutan belum banyak diketahui masyarakat dan minat belinya masih rendah. (Arka, 2025) mengungkapkan bahwa dari sisi konsumen, kesadaran memilih produk yang lebih berkelanjutan masih kurang. Menurut Nandia et al. (2024) saat ini juga sudah ada beberapa *brand* yang telah menerapkan konsep *upcycle* pada produk yang dipasarkan, seperti Saikako, make them jealous, *summershit*, dan tanganwhim. Untuk *offline store* yang telah menerapkan konsep *upcycle* pada produknya ialah *brand* controlnew, yang sudah terdapat di beberapa kota, yaitu Kota Jakarta, Semarang, Bandung, Solo, Malang, Surabaya, dan Bali. Solusi tersebut dapat dimanfaatkan guna mengurangi kerusakan lingkungan yang semakin meluas.

Kelebihan dari pakaian *upcycle* yang dapat meminimalisir limbah tekstil harus dikembangkan dengan baik. Masyarakat yang belum banyak mengetahui pakaian *upcycle* perlu banyak diberitahu tentang pakaian *upcycle*, agar masyarakat tertarik dan berminat untuk membeli pakaian *upcycle*. Minat beli akan datang berasal dari keinginan seseorang untuk membeli suatu produk, terutama apabila produk tersebut diminati kalangan masyarakat atau sedang tren. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan minat beli pakaian yang ramah lingkungan akan melakukan tindakan pro-lingkungan. Penelitian yang dilakukan oleh Hussain dalam Setiyonovita dan Syahrivar (2017) menjelaskan bahwa masyarakat yang peduli dengan kelestarian lingkungan akan mengubah perilaku konsumsinya, seperti melakukan penghematan pembelian barang yang kurang berkualitas atau membeli produk yang ramah lingkungan.

Berdasarkan permasalahan di atas generasi z dikenal memiliki tingkat kesadaran lingkungan yang tinggi. Untuk menciptakan kesadaran lingkungan perlu adanya pengetahuan sebelumnya mengenai lingkungan, baik yang diperoleh secara mandiri maupun dari proses belajar (Munawar et al. 2019). Tingkat kesadaran lingkungan yang tinggi kemungkinan besar akan mendorong individu berperilaku positif yang mendukung kelestarian lingkungan hidup (Wihardjo et al. 2017).

Generasi z cenderung lebih peduli terhadap isu sosial dan lingkungan, serta menunjukkan keinginan untuk berkontribusi dalam mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Apriliani et al. (2025) mengungkapkan bahwa generasi z memiliki perhatian yang tinggi terhadap gaya hidup ramah lingkungan (*eco-friendly lifestyle*), tren tersebut mempengaruhi perilaku konsumsi mereka, termasuk dengan meningkatnya minat terhadap produk berkelanjutan dan berusaha mengurangi limbah plastik dan *fast fashion*. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Fadia et al. (2025) menunjukkan bahwa pengetahuan lingkungan, kesadaran lingkungan, dan penggunaan media sosial mempengaruhi perilaku konsumsi berkelanjutan pada generasi z.

Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan, minimnya pengetahuan masyarakat tentang pakaian *upcycle* merupakan salah satu faktor mengapa minat beli pakaian *upcycle* masih rendah. Masyarakat perlu diberitahu tentang kelebihan pakaian *upcycle* yang dapat meminimalisir limbah tekstil, karena masyarakat yang

berminat untuk membeli pakaian ramah lingkungan atau pakaian *upcycle* dapat juga disebut sebagai masyarakat yang sadar akan lingkungan. Terutama pada generasi z, karakteristik generasi z yang menyebutkan bahwa generasi z ingin membawa perubahan positif pada lingkungan dan teknologi, kemudian karena populasinya lebih banyak daripada generasi lainnya.

Berdasarkan permasalahan diatas, peneliti mendapatkan gambaran bahwa kesadaran lingkungan sangat berperan penting terhadap minat beli masyarakat pada pembelian pakaian, terutama pada generasi z yang paling berpengaruh karena populasinya lebih banyak dari pada generasi lainnya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti "Pengaruh Kesadaran Lingkungan terhadap Minat Beli Pakaian *Upcycle* pada Generasi Z di Jakarta Timur". Dengan penelitian tersebut, diharapkan generasi z lebih tertarik pada pakaian *upcycle* sehingga dapat mengurangi kerusakan lingkungan yang dihasilkan oleh industri pakaian yang secara terus menerus melakukan produksi tanpa memikirkan pencemaran yang dihasilkan dari produk atau bahan baku yang digunakan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka identifikasi masalahnya adalah:

1. Industri tekstil menghasilkan jutaan ton limbah tekstil setiap tahunnya berupa potongan kain yang juga menyebabkan polusi air dan gas emisi terbanyak kedua setelah industri perminyakan.
2. Produksi pakaian *fast fashion* yang berlebihan dan menggunakan bahan campuran serta komponen kain yang berbahaya akan berdampak pada kerusakan lingkungan.
3. Kurangnya pengetahuan dan minat beli pakaian *upcycle* pada masyarakat, sehingga minat beli pakaian *upcycle* masih rendah

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah yang penulis berikan dalam penelitian ini adalah berfokus pada pengaruh kesadaran lingkungan terhadap minat beli pakaian *upcycle* pada Generasi Z di Jakarta Timur.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah terdapat pengaruh kesadaran lingkungan terhadap minat beli pakaian *upcycle* pada generasi z di Jakarta Timur?

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat mengutarakan kebermanfaatan penelitian secara praktis maupun teoritis, yaitu:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dan menambah referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai pakaian *upcycle* yang belum terdapat pada penelitian ini.

1.5.2 Manfaat Praktis

a. Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai minat beli pada pakaian *upcycle* yang dipengaruhi oleh kesadaran lingkungan.

b. Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan masyarakat bahwa terdapat penggunaan bahan pakaian yang dapat merusak lingkungan, mencegah terjadinya kerusakan lingkungan, dengan menciptakan perilaku sadar akan lingkungan, mengambil sikap untuk mengurangi perilaku konsumtif yang berlebihan, serta sebagai inspirasi untuk UMKM yang ingin mengembangkan usahanya dalam dunia *fashion* untuk menerapkan konsep *upcycle* pada produk yang akan dipasarkan.

c. Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menetapkan kebijakan pada industri pakaian agar dapat memilih bahan yang tidak berbahaya untuk lingkungan.