

Metamorfoza Moda: Transformasi Ekonomi dan Kreativitas Entrepreneur Muda dalam Industri Fashion Berkelanjutan untuk SDGs 2030" 'Art Cycle'

*Moda Metamorphoza: Economic Transformation and Creativity of Young Entrepreneurs
in Sustainable Fashion Industry for SDGs 2030" 'Art Cycle'*

**Sherley Rhamadhani Putri Annisa Priyandini*¹ Meizapuspa Octakurnia*² Muhammad
Adam Doayindra Abiyyu*³ Syahwa Lila Yasmien*⁴**

^{1,2,3,4} Program Studi Sistem Informasi, Universitas PGRI Madiun

E-mail : aandien141@gmail.com

Abstrak - Industri fashion saat ini menghadapi tantangan besar dengan limbah tekstil, terutama dari tren fast fashion yang menghasilkan pakaian murah dan cepat dalam jumlah besar. Proyek "Metamorfoza Moda" bertujuan untuk mengatasi masalah ini dengan mengubah pakaian bekas menjadi produk fashion baru melalui desain lukis. Metode yang digunakan meliputi pendekatan daur ulang dan peningkatan nilai (upcycling), serta melibatkan komunitas seni lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inisiatif ini tidak hanya mengurangi limbah tekstil, tetapi juga mendorong kreativitas pengusaha muda dan mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) 2030, khususnya dalam menciptakan pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi. Proyek ini menawarkan solusi yang kreatif dan berkelanjutan untuk masa depan industri fashion. Kata Kunci - Fast fashion, Limbah tekstil, Desain lukis, Fashion berkelanjutan, Kreativitas, Pengusaha muda

Abstract - The fashion industry currently faces significant issues with textile waste, primarily driven by the fast fashion trend that produces cheap and quick clothing. The "Metamorfoza Moda" project aimed to address this problem by transforming used clothing into new, appealing fashion products through painted designs. The methods employed included recycling and upcycling approaches, involving the local art community. The research results indicated that this initiative not only helped reduce waste but also fostered creativity among young entrepreneurs and supported the achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs) 2030, particularly in creating decent work and promoting economic growth. This project offered a creative and sustainable solution for the future of the fashion industry.

Keywords - Fast fashion, Textile waste, Upcycling, Sustainable fashion, Young entrepreneurs

I. Pendahuluan

Industri fashion sebagai salah satu industri global, ditandai oleh siklus yang pendek, permintaan *fluktuatif*, variasi produk yang tinggi, proses pasokan yang panjang, dan rantai pasokan yang kompleks. Berkembangnya *fast fashion*, yang menekankan kecepatan dan kuantitas, memicu budaya konsumtif dengan dampak negatif terhadap kesejahteraan

manusia, termasuk perdagangan tidak adil, pemanasan global, polusi, dan peningkatan sampah. Selain limbah industri, masalah lainnya muncul dari limbah produk jadi *fast fashion*, terutama karena bahan baku seperti poliester dan rayon sulit terurai secara alami. Upaya pemanfaatan pakaian bekas seperti thrift store dan sumbangan pakaian dinilai tidak efektif, karena pakaian rusak akhirnya berakhir di Tempat Pembuangan Akhir (TPA).

Industri fashion saat ini menciptakan masalah serius dalam bentuk limbah tekstil yang mencapai sekitar 92 juta ton per tahun, menurut Ellen MacArthur Foundation. Strategi daur ulang dapat mengatasi masalah ini dengan mengubah pakaian bekas menjadi benang atau serat yang dapat digunakan kembali, mengurangi tekanan terhadap sumber daya alam dan dampak lingkungan. Meskipun demikian, tren *fast fashion* yang masih marak menyebabkan banyak produk yang terbuang, menciptakan limbah yang signifikan. Annika Rachmat dari *Our Reworked World* mencatat bahwa 33 juta ton tekstil diproduksi di Indonesia, dengan satu juta ton diantaranya menjadi limbah tekstil. Dampak serius limbah *fast fashion* juga tercermin dalam kontribusinya sebagai penyumbang polusi terbesar kedua di dunia, menghasilkan 1,2 miliar ton emisi gas rumah kaca, seperti yang diungkapkan oleh Alan Wheeler dari Asosiasi Daur Ulang Tekstil Inggris. Studi oleh Pusat Riset Oseanografi IPB menunjukkan bahwa Sungai Citarum, yang terpengaruh oleh industri tekstil, tercemar air dan bahan kimia mikroplastik, menegaskan dampak yang signifikan dari industri tekstil di wilayah tersebut.

Upaya mengurangi limbah dari *fast fashion* dapat dilakukan melalui strategi recycling dan upcycling, yang mendukung sirkulasi material dan mengurangi penimbunan limbah *fashion*. *Recycling* melibatkan pengumpulan, penyortiran, dan transformasi pakaian bekas menjadi serat tekstil yang dapat digunakan kembali untuk pembuatan pakaian baru. Sebagai inovasi dalam mendukung keberlanjutan, produk usaha kami menghadirkan desain lukis pada pakaian bekas sebagai wadah kreativitas seni entrepreneur muda, menjadikannya solusi yang relevan untuk mendukung SDGs 2030, terutama dalam bidang *decent work and economic growth*.

Selain itu, dalam mendukung industri *fashion* berkelanjutan, berbagai teknik dan konsep seni dapat diterapkan, seperti Lukisan Daur Ulang yang memanfaatkan bahan daur ulang, Teknik Mixed Media yang menggabungkan berbagai bahan daur ulang, Lukisan Kolaboratif dengan partisipasi seniman lokal, Lukisan Konseptual untuk menyampaikan pesan lingkungan, dan Lukisan 3D atau Teknik Unik untuk menonjolkan inovasi dalam mendukung keberlanjutan di industri fashion.

Inovasi produk kami, yang memfokuskan pada pengolahan limbah *fast fashion* melalui desain lukis pada pakaian bekas, menawarkan perbedaan dan keunggulan yang signifikan dibandingkan dengan produk sejenis yang sudah ada di pasaran. Lebih dari sekadar menciptakan produk dengan nilai tambah, produk kami memiliki misi kuat untuk mendukung pencapaian SDGs 2030 dalam bidang *decent work and economic growth*. Melibatkan para seniman lokal dan komunitas seni di Kota Madiun dan Ngawi, tidak hanya

menciptakan produk, tetapi juga sebuah karya seni bersama yang menggambarkan pesan tentang pentingnya industri fashion berkelanjutan dan kreativitas seni entrepreneur muda.

Produk metamorfoza moda mengutamakan keberlanjutan lingkungan dengan mengurangi limbah fast fashion, menjadikan produk ini sebagai pilihan yang ramah lingkungan. Keunggulan artistik produk metamorfoza moda juga tercermin dalam teknik desain lukis yang kreatif dan inovatif, memberikan nilai tambah estetis yang tinggi. Dengan begitu, produk kami bukan hanya sebuah pilihan konsumen yang cerdas, tetapi juga kontribusi nyata dalam memajukan industri fashion menuju arah yang lebih berkelanjutan dan beretika. Segmentasi pasar untuk produk sangat spesifik dan bertujuan untuk menjangkau kelompok konsumen yang sadar akan keberlanjutan lingkungan dan menghargai kreativitas serta seni dalam fashion. Pasar target ini dibagi menjadi beberapa segmen utama, yaitu pecinta fashion berkelanjutan, penggemar seni dan desain, komunitas seni lokal, pendukung SDG's, konsumen muda dan trendi.

Tim kami memiliki kemampuan yang luas dalam menggambar desain gambar lukis secara manual, serta mahir menggunakan software gambar digital seperti ibispaint X. Kami dapat menggambar dengan baik dalam menggunakan teknik manual maupun teknologi digital. Selain itu, tim anggota kami juga pernah mengikuti pelatihan, seminar, dan coaching klinik yang terkait dengan kewirausahaan, baik di kampus maupun di luar, untuk mendukung produksi produk kreatif desain lukis di berbagai bidang.

II. Metode

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini, dipersiapkan alat dan bahan dalam proses produksi terrarium sebagai berikut:

a. Alat

Alat yang digunakan untuk membuat desain lukis dipakaian adalah Kanvas standing, Pallet warna, Kuas, Penggaris, Penggaris

b. Bahan

Bahan yang diperlukan yaitu : Spidol Giotto, Pensil Gambar Deli, Bolpoin Drawing pen, Cat air Giotto, Penghapus Faber Castell, Kapur Jahit, Pakaian Bekas



Gambar 1. bimbingan sebelum pelaksanaan

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan ini dibagi menjadi dua yaitu, tahap produksi dan tahap pemasaran. Tahap produksi dimulai dari pembelian bahan baku, proses pembuatan produk, dan proses pengemasan. Tahap selanjutnya yaitu tahap pemasaran produk yang dilakukan dengan memasarkan hasil produk.

2.1 Pembuatan Produk

Proses Produksi Meliputi

- a. Mempersiapkan alat dan bahan untuk membuat sample
- b. Sketsa awal gambar pada object sesuai dengan pesanan
- c. Sketsa akhir sekaligus pewarnaan
- d. Penempelan label logo brand
- e. Membuat dan mengemas bahan produksi
- f. Finishing dan pengecekan produk
- g. Packing produk

2.2 Tahap Pemasaran Produk

- A. Harga dari produk ditentukan berdasarkan jenis desain yang kami kategorikan menjadi 3 jenis yaitu simple, medium dan full dengan rincian harga dari setiap jenis desain ini yaitu simple sebesar 35.000, medium sebesar 45.000, full sebesar 60.000 / desain dengan mempertimbangkan modal dan pengeluaran setiap satuan produknya.
- B. Segmen sasaran produk Target konsumen inovasi kami ditujukan pada anak sekolah menengah pertama hingga perkuliahan wilayah Karesidenan Madiun, Ngawi dan sekitarnya.

C. Lokasi Usaha

Produksi kami ini direncanakan akan berlokasi di daerah kota Madiun.

D. Strategi Pemasaran

Pada produk ini dapat dilakukan dengan menggunakan suatu media online maupun offline. Pada media pemasaran online kita dapat menggunakan website, media sosial dan influencer marketing, instagram, facebook, tiktok maupun youtube. Jika dengan menggunakan media pemasaran online barang tersebut dapat dikirim melalui

ekspedisi. Sedangkan pada media pemasaran offline kita bisa menggunakan media berupa brosur, spanduk, papan reklame atau juga pamflet.

E. Kegiatan Teknik Kemasan dan Penjualan Teknik

Kemasan pada ini di lapiasi dengan menggunakan gabus lalu di bungkus kembali dengan menggunakan kardus dan juga bubble wrap.



Gambar 2. Proses pembuatan produk serta promosi



Gambar 3. Proses promosi



Gambar 4. Proses pembuatan pesanan dan contoh produk



Gambar 5. Proses pembuatan pesanan dan contoh produk dalam digital

3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan dengan tujuan untuk mengontrol dan memperbaiki terkait keseluruhan proses. Pada tahap evaluasi berisikan tentang laporan kegiatan yang dilaksanakan mulai dari tahap pra produksi sampai tahap produksi dengan lama waktu tertentu. Adanya evaluasi diharapkan dapat memperbaiki kegagalan produk dan cacat produk. Sehingga dapat diperoleh produk sesuai ide dan konsep yang telah dibuat serta sesuai dengan permintaan konsumen.

III. Hasil dan pembahasan

Pencapaian ini merupakan hasil dari komitmen dan kerja keras tim dalam mewujudkan visi dan misi proyek, Beberapa kegiatan utama telah dilakukan untuk mencapai realisasi luaran ini. Tim telah melakukan pengiklanan di media sosial untuk menjangkau calon pelanggan dan meningkatkan brand awareness. Diskusi rutin dengan dosen pembimbing juga dilakukan secara konsisten untuk mendapatkan arahan dan masukan yang berharga. Tim "Art Cycle" juga telah menyelesaikan penggambaran desain pada totebag dan seragam, yang merupakan produk orderan. Selain itu, tim telah melakukan promosi aktif untuk jasa desain yang mereka tawarkan. Upaya promosi ini dilakukan melalui berbagai platform, seperti media sosial. Sebagai bukti nyata dari komitmen dan kerja keras tim, mereka telah mulai menerima dan melaksanakan orderan yang telah masuk.

Hal ini menunjukkan bahwa produk dan jasa yang ditawarkan oleh "Art Cycle" diminati oleh masyarakat. Lebih dari itu, proyek ini berkontribusi terhadap pencapaian SDGs 2030, terutama dalam bidang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi. Dengan menciptakan peluang usaha baru bagi para seniman dan pelaku kreatif, proyek ini membuka lapangan pekerjaan dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Potensi keberlanjutan usaha "Art Cycle" diperkuat oleh penerapan berbagai teknik seni yang inovatif, seperti Lukisan Daur Ulang, Teknik Mixed Media, dan Lukisan Konseptual. Keanekaragaman teknik ini memungkinkan terciptanya karya seni yang beragam dan menarik, sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Segmentasi pasar yang spesifik dan bertujuan untuk menjangkau konsumen yang sadar akan keberlanjutan lingkungan juga memperkuat prospek pengembangan usaha ini. Dengan menargetkan konsumen yang peduli terhadap isu lingkungan dan menghargai produk ramah lingkungan, "Art Cycle" memiliki peluang besar untuk meraih kesuksesan di pasar.

Proyek "Art Cycle" merupakan sebuah solusi kreatif dan inovatif untuk mengatasi masalah limbah fast fashion dan mendorong praktik ekonomi yang berkelanjutan. Dengan menggabungkan nilai estetis, kontribusi SDGs, dan strategi bisnis yang matang, proyek ini memiliki potensi besar untuk berkembang dan memberikan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat.

IV. Kesimpulan

Limbah produk fast fashion, terutama yang terbuat dari bahan seperti polyester, rayon dan bahan sintesis lainnya menimbulkan permasalahan lingkungan yang serius karena bahan tersebut sulit terurai secara alami. Upaya pemanfaatan pakaian bekas seperti thrift store dan sumbangan pakaian tidak efektif. Pakaian yang rusak dan tidak terpakai pada akhirnya akan berakhir di TPA. maka dari itu kami. Inovasi produk usaha kami berencana untuk menggunakan pakaian bekas menjadi produk yang memiliki nilai tambah melalui desain lukis pada pakaian bekas. Desain lukis pada pakaian bekas akan dilakukan dengan berbagai teknik, seperti teknik pensil warna, cat air, atau teknik lainnya.

Kami memiliki fokus pada pengolahan limbah fast fashion menjadi produk yang memiliki nilai tambah melalui desain lukis pada pakaian bekas. Produk ini juga memiliki nilai artistik yang tinggi karena dihasilkan melalui teknik desain lukis yang kreatif dan inovatif. akan menggunakan pakaian bekas yang masih layak pakai dan dapat diolah kembali melalui teknik desain lukis. Banyaknya limbah pakaian bekas fast fashion dan banyaknya teknik yang bisa di terapkan hal ini sangat menguntungkan produk kreasi kami akan terus berkembang.

Pasar sasaran untuk produk kami adalah konsumen generasi muda dan menginginkan produk yang unik dan kreatif generasi muda, yang dikenal sebagai generasi yang lebih terbuka terhadap perubahan dan inovasi, serta lebih peka terhadap

isu-isu sosial dan lingkungan selera style fashion yang baik, dan menginginkan produk yang unik dan kreatif. Produk kami ini berasal dari berbagai latar belakang, seperti mahasiswa, seniman, pengusaha muda, pekerja kantor, dan lainnya. Produk kami dapat menjadi pilihan bagi konsumen yang ingin tampil unik dan kreatif. Dengan produk yang dihasilkan memiliki desain lukis unik, kreatif dan inovatif. Melibatkan para seniman lokal dan komunitas seni di Kota Madiun dan Ngawi, tidak hanya menciptakan produk, tetapi juga sebuah karya seni bersama yang menggambarkan pesan tentang pentingnya industri fashion berkelanjutan dan kreativitas seni entrepreneur muda.

Daftar Pustaka

- [1] Handayani, B. R. (2022). ANALISIS PENGEMBANGAN DESAIN FASHION BERKELANJUTAN DI INDONESIA. *Jurnal Desain & Seni*, 9(1). <https://doi.org/10.2241/narada.2022.v9.i1.008>
- [2] Kimbarlina, V., & Enrico. (2021). *PRODUK FASHION DARI LIMBAH UNTUK MENDUKUNG KEGIATAN SUSTAINABLE FASHION*. 2(2). <https://www.jawapos.com/lifestyle/24/11/2019/>
- [3] Kinasih, D. M., Ramadhani, K. W., Chairunisa, A. N., Putri, D. M., & Aswanto, H. I. (2023). *Potensi Limbah Pecahan Kaca Sebagai Terrarium Kesehatan Untuk Terapi Relaksasi Dan Antiradiasi*.
- [4] Kondra, W. I., Mustika, K. I., & Komalayakti Diah. (2023). Tas Kanvas Lukis dengan Perca Endek Bali dan Kain Motif Khas Lombok yang Bernilai Seni dan Ekonomis. *Jurnal Penciptaan Dan Pengkajian Seni Murni*, 3(1), 46–52.
- [5] Kornelis, Y. (2022). FENOMENA INDUSTRI FAST FASHION: KAJIAN HUKUM PERSPEKTIF KEKAYAAN INTELEKTUAL INDONESIA. In *Journal Komunikasi Yustisia Universitas Pendidikan Ganesha Program Studi Ilmu Hukum* (Vol. 5). <https://www.edology.com/blog/fashion-media/rise->
- [6] Lukmanul Hakim, A., & Yuniarti Rusadi, E. (2022). Kritik Globalisasi: Fenomena Fast Fashion Sebagai Budaya Konsumerisme Pada Kalangan Pemuda Kota Surabaya. *JURNAL PENDIDIKAN SOSIAL DAN BUDAYA*, 4(2).
- [7] Nidia, C., & Suhartini, R. (2020). *DAMPAK FAST FASHION DAN PERAN DESAINER DALAM MENCIPTAKAN SUSTAINABLE FASHION*. 09(2), 157–166.
- [8] Sayyida, S. Q., & Wardaya, M. (2022). Sustainable Fashion, Investasi pada Produk Fashion yang Berkualitas untuk Mengurangi Limbah Fashion yang Menumpuk. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 21(2), 87–91. <https://doi.org/10.9744/nirmana.21.2.87-91>
- [9] Sudharsana, C. ratna I. T. (2021). Tuter Bumi, Pemajuan Kebudayaan, Art Fashion (Tuter Bumi, The Advancement of Culture, Art Fashion). *Seminar Nasional Desain – SANDI 2021*, 1.
- [10] Valerie Cahyadi, B., Duto Hartanto, D., & Hosana Malkisedek, M. (2024). *Perancangan Thematic Fashion dengan Pemanfaatan Teknik Fabric Manipulation Dyeing dan Painting*. 11(2), 355–366. <https://doi.org/10.30998/jd.v11i2.17675>