

Pemanfaatan Pewarna Alam sebagai Trend Baru pada *Fashion Brands* di Indonesia

Arini Arumsari¹, Agus Sachari², Andryanto Rikrik Kusmara³
Program Studi Doktor Ilmu Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi
Bandung

ABSTRACT

As one of the largest sub-sectors of the creative industry in Indonesia, the fashion industry has a great potential and contribution to society and the country's economy. However, the role of the large fashion industry also needs to be balanced with the methods of production and design of fashion products that are environment-friendly. This needs to be done considering the potential for adverse impacts of the rapidly developing fashion industry without any direction. The adverse effects are the use of synthetic materials or raw materials that are harmful to the environment; unprocessed production waste; poor quality of materials and production processes resulting in a low product life-cycle; and social labor issues.

To overcome the above problems, the environment-friendly method currently used by various fashion brands in Indonesia and becoming a trend is the use of natural dyes in the process of fashion production. The use of natural dyes has many advantages, namely: using non-toxic and dangerous materials; preserving the traditions of Indonesian ancestors; and producing authentic and trendy color characters if processed properly.

This study uses qualitative methods with a sociocultural approach. This study presents the background and development of the use of natural dyes by various fashion brands in Indonesia to become today's trend. Thus, the use of natural dyes is expected to not only become a momentary trend but is also expected to continue to be developed. The biggest reason is that the application of more environment-friendly methods for the Indonesian fashion industry broadly can provide many benefits.

Keywords: *Fashion brands, fashion industry, natural dyes, sustainable fashion*

PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan industri fesyen di Indonesia sangat pesat, hal ini terlihat pada data yang disampaikan oleh Badan Ekonomi

Kreatif (BEKRAF) dalam OPUS – Ekonomi Kreatif Outlook 2017 bahwa fesyen merupakan salah satu subsektor terbesar dari seluruh 15 subsektor yang ada di industri kreatif Indonesia. Di Indonesia

perkembangan industri fesyen yang sangat pesat tersebut memang merupakan potensi yang dapat dimanfaatkan dengan baik dalam hal peningkatan taraf hidup masyarakat dan perekonomian negara. Hal ini dikarenakan subsektor fesyen sebagai subsektor yang terbesar dalam ekspor yaitu 56 % dari produk dalam bidang industri kreatif yang di ekspor adalah produk fesyen. Selain itu 24 % tenaga kerja di bidang industri kreatif bekerja pada subsektor fesyen.

Tetapi, dibalik fenomena perkembangan industri fesyen yang sangat pesat tersebut terdapat potensi dampak buruk yang dihasilkan. Dampak buruk tersebut yaitu penggunaan material atau bahan baku yang tidak ramah lingkungan; proses produksi yang menghasilkan limbah bagi lingkungan; kualitas produk yang kurang baik sehingga memiliki daur hidup rendah; dan permasalahan sosial ketenagakerjaan. Permasalahan-permasalahan diatas tentu saja tidak bisa dibiarkan begitu saja mengingat banyak dan besarnya jumlah dari industri fesyen ini, sehingga jika industri ini menimbulkan masalah maka akan meyebabkan masalah yang cukup besar pula.

Contoh permasalahan besar yang ditimbulkan industri fesyen terjadi di Bangladesh. Menurut Organisasi Buruh Internasional (ILO) pada tanggal 24 April 2013 sebuah komplek bangunan pabrik garmen bernama Rana Plaza di Savar, Bangladesh runtuh dan mengakibatkan 1130

pekerja garmen tewas dan sekitar 2500 orang lainnya terluka tertimbun bangunan yang runtuh di saat mereka terpaksa bekerja dalam kondisi gedung yang sudah tidak layak digunakan.

Peristiwa ini menjadi pemicu berbagai gerakan di seluruh dunia yang menuntut supaya industri khususnya fesyen harus berupaya lebih keras dan nyata untuk mengatasi dampak buruk yang ditimbulkan sebagai konsekuensi atas berkembangnya industri fesyen ini secara sangat pesat. Masalah-masalah yang ditimbulkan ini bukan hanya dalam mengatasi pencemaran lingkungan saja tetapi juga masalah ketenagakerjaan dan sosial lainnya yang timbul. Jika dilihat dari perkembangan dalam teori keilmuan di bidang fesyen, peristiwa tersebut memicu dinamika teori dalam bidang fesyen ramah lingkungan.

Pembahasan mengenai konsep ramah lingkungan di bidang desain dan fesyen bukan hanya dalam lingkup "*eco-fashion*" "*green fashion*" atau "*sustainable fashion*" yang mencakup hubungan bidang fesyen dengan lingkungan atau alam saja, tetapi mulai muncul berbagai macam istilah lain seperti "*slow fashion*" dan "*ethical fashion*" sebagai istilah atau kata kunci untuk membangun industri fesyen yang lebih ramah lingkungan dan peduli terhadap permasalahan sosial.

Berdasarkan hasil studi literatur yang dielaborasi dengan fenomena yang terjadi saat ini di dunia fesyen,

didapat beberapa analisa keterhubungan dari beberapa teori dalam ruang lingkup fesyen yang berkonsep ramah lingkungan tersebut sesuai dengan bagan dibawah ini. Isu pertama yang dihadapi industri fesyen yaitu mengenai *global warming* dan perubahan iklim. *Global warming* yang merupakan fenomena peningkatan suhu di bumi sehingga berakibat pada mencairnya es di Kutub Utara dan juga bermunculannya berbagai bencana alam yang diakibatkan kerusakan lingkungan. Untuk menghadapi isu kerusakan lingkungan tersebut, maka dalam bidang fesyen dan desain dikembangkan konsep-konsep pengembangan desain dan fesyen yang dapat mengatasi isu-isu kerusakan lingkungan yaitu konsep-konsep seperti *eco-design*, *green-design*, dan *eco-fashion*.

Menurut Sass Brown, konsep *eco-fashion* melingkupi konservasi kehidupan melalui keseimbangan ekologi antara manusia, hewan, tumbuhan dan planet. Sumber bahan baku dan produksi dari produk fesyen yang dibuat tidak mencemari dan melalui proses produksi yang menguras sumber daya yang tidak terbarukan, apakah terhadap planet atau manusia. *Eco-fashion* juga mengacu pada pakaian atau fesyen yang dapat diurai kembali ke lingkungan ketika telah mencapai akhir daur hidupnya (Brown, 2010).

Selanjutnya seiring semakin kompleksnya masalah yang dihadapi dalam dunia fesyen mengenai isu

kerusakan lingkungan yang dihadapi. Maka konsep ramah lingkungan yang diusung berkembang menjadi *sustainable design* dan *sustainable fashion*. Konsep ini dikembangkan untuk menghadapi permasalahan yang lebih kompleks seperti siklus konsumsi produk fesyen dan desain, proses dan strategi bisnis dan juga marketing hingga masalah konsumerisme. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu (Kaikobad dkk., 2015) *sustainable fashion* adalah bagian dari tren desain berkelanjutan yang lebih besar di mana produk dibuat atau diproduksi dengan pertimbangan lingkungan dan sosial (bahkan moral) yang berdampak di seluruh rentang kehidupan total dari produk tersebut termasuk jejak karbon atau *carbon footprint*. Pemaparan mengenai ruang lingkup *sustainable fashion* juga diperkuat oleh Sandy Black bahwa *sustainable fashion* merefleksikan sifat fesyen yang interdisipliner dan dimensi yang kompleks antara etika dan ekologi - seperti yang terjadi dalam proses produksi, konsumsi, pemasaran dan representasi fesyen - yang sering melibatkan berbagai pertentangan prioritas yang harus direkonsiliasi. (Black, 2012). Sehingga konsep *sustainable design* dan *sustainable fashion* ini lebih komprehensif dibandingkan dengan konsep seperti *eco-design*, *green-design*, dan *eco-fashion* dikarenakan bukan hanya menanggapi permasalahan lingkungan yang umumnya terdapat para proses produksi saja tetapi juga proses pasca produksi.

Selanjutnya konsep ramah lingkungan yang berkembang adalah *slow fashion*. Konsep *slow fashion* ini dimaksudkan untuk menghadapi gencarnya *fashion brands* retail di seluruh dunia yang dinamai *fast fashion*. Fenomena perkembangan *fashion brands* retail ini dinamai *fast fashion* dikarenakan siklus trend dan juga siklus konsumsi dari produk fesyen pada *fashion brands* tersebut memang sangat cepat secara harfiah. Kecepatan siklus produksi dan konsumsi ini menimbulkan masalah penumpukan limbah dan juga konsumerisme sehingga dikembangkanlah konsep *slow fashion* untuk mengimbangnya. Konsep *slow fashion* dimaksudkan bahwa dalam perputaran siklus trend dan proses produksi yang sangat cepat tersebut seharusnya para pelaku dalam industri fesyen tersebut melambat sejenak dan memikirkan serta mengevaluasi kembali seluruh proses yang dilakukan dalam industri tersebut, bagian manakah yang dapat diperbaiki untuk dapat lebih ramah lingkungan (Minney, 2016:7).

Konsep selanjutnya yaitu *ethical fashion* berkembang sebagai perkembangan dari konsep *slow fashion* dan masih berkaitan dengan upaya untuk mengimbangi fenomena *fast fashion*. Konsep *ethical fashion* merupakan pendekatan dimana pada proses desain, pencarian bahan dan manufaktur yang dijalankan dapat memaksimalkan manfaat kepada orang dan komunitas, serta mengurangi dampak buruk terhadap lingkungan. (Thomas: 2018) Konsep

ethical fashion ini terutama merupakan reaksi atas tragedi runtuhnya Rana Plaza yang merupakan tempat produksi garmen di Bangladesh yang menyebabkan tewasnya lebih dari 1000 orang pekerja garmen yang memproduksi *fast fashion* seperti sudah dijelaskan sebelumnya. Atas terjadinya tragedi ini, industri fesyen terutama merek retail internasional atau *fast fashion* ini diharapkan dapat memperbaiki berbagai proses pada sistem produksinya dan terutama lebih memperhatikan keselamatan dan kesejahteraan para pekerja dan masyarakat yang terlibat didalamnya.



Gambar 1 Bagan Perbandingan Konsep Ramah Lingkungan dalam Desain dan Fesyen Berdasarkan Isu yang Dihadapinya

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dilakukan adalah kualitatif dengan pendekatan sosial-budaya. Tahap awal yang dilakukan yaitu penyusunan dinamika teori yang melandasi

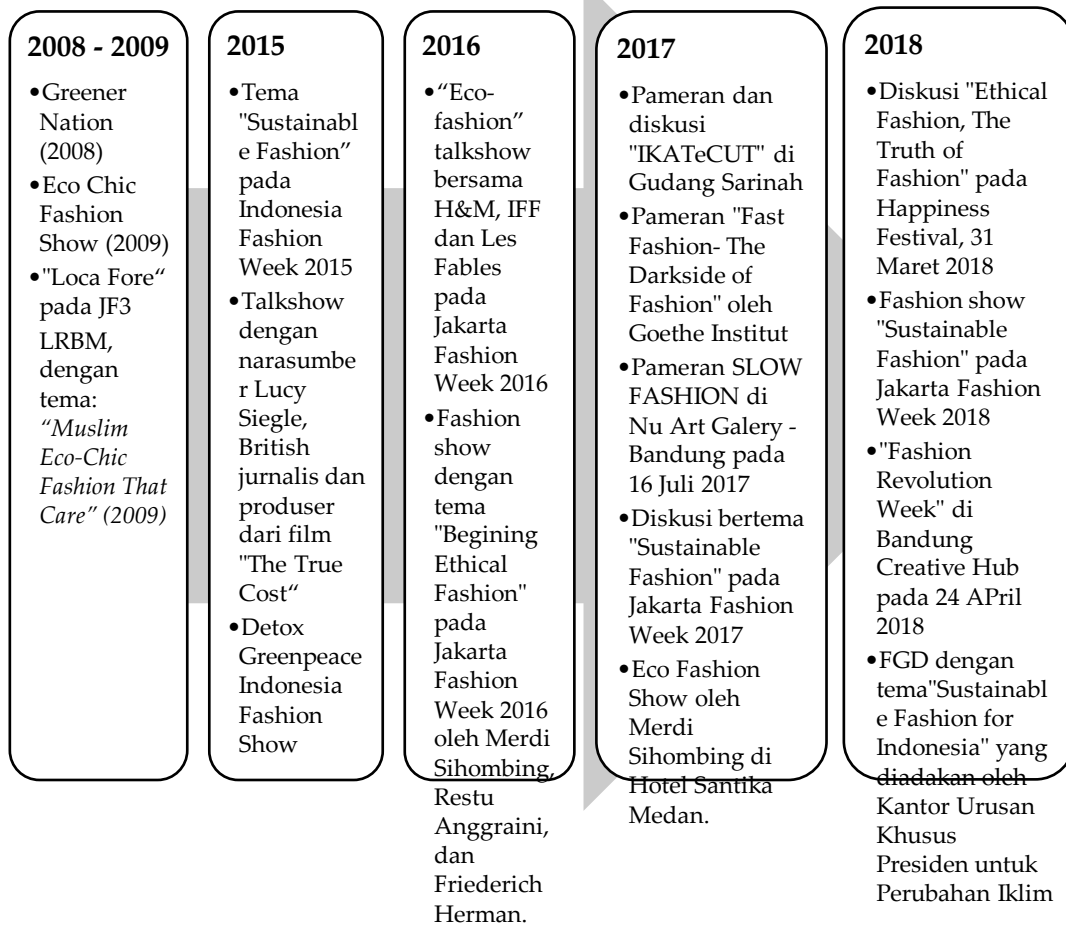
fenomena perkembangan industri fesyen yang mengolah serat dan pewarna alam tersebut dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa studi literatur. Selanjutnya dilakukan pengumpulan data lapangan melalui observasi dan wawancara mengenai perkembangan industri fesyen yang pesat ini dan secara lebih khusus pemetaan posisi *fashion brands* yang berkonsep ramah lingkungan dan menggunakan pewarna alam pada perancangan produknya. Selanjutnya dipaparkan bagaimana fenomena ini berkembang dan mempengaruhi bidang fesyen secara luas baik dalam aspek industri dan juga keilmuan.

HASIL DAN ANALISIS

Jika merujuk pada berbagai istilah mengenai fesyen yang ramah lingkungan seperti *eco-fashion*, *green fashion*, *slow fashion* dan *ethical fashion*, di Indonesia belum ditemukan adanya suatu badan ataupun organisasi baik pemerintah ataupun pihak swasta yang memberikan arahan atau bahkan aturan mengenai

pengembangan industri fesyen yang ramah lingkungan tersebut. Walaupun demikian, di Indonesia penerapan konsep-konsep ramah lingkungan pada industri fesyen sudah mulai bergulir.

Perkembangan industri fesyen di Indonesia yang berkembang seiring dengan perubahan gaya hidup dan kebutuhan manusia tersebut selain terus berkembang pesat seperti data yang disampaikan di atas, juga terdapat berbagai kalangan dalam industri fesyen tersebut yang kembali peduli dengan dampak perkembangan fesyen terhadap lingkungan. Sehingga bermunculanlah berbagai gerakan dan kegiatan di bidang fesyen yang mengusung tema ramah lingkungan. Tujuan dari berbagai gerakan tersebut adalah mengingatkan dan meningkatkan kesadaran berbagai pihak bahwa industri fesyen memiliki potensi untuk dapat menghasilkan dampak buruk terhadap lingkungan dan mencoba mencari solusi terhadap permasalahan-permasalahan tersebut.



Gambar 2 Bagan *timeline* perkembangan gerakan fesyen ramah lingkungan berskala nasional di Indonesia

Selanjutnya berdasarkan hasil observasi lapangan pada berbagai kegiatan eksibisi di bidang fesyen berskala nasional tahunan seperti Indonesia Fashion Week, Ina Craft, Jakarta Fashion Week, Adiwastra Nusantara, Craftina, dan juga penelusuran secara daring lewat

internet, mulai bermunculan tokoh atau pelaku di bidang fesyen yang mengembangkan produk ataupun bisnis fesyennya dengan konsep ramah lingkungan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan beberapa pemilik *fashion brands* yaitu: Indira Hadi yang merupakan pemilik

Jarit; Sancaya Rini yang merupakan pemilik Kana Goods; dan Made Arsana yang merupakan pemilik Tarum.

Latar belakang dari penerapan dan pengembangan konsep yang ramah lingkungan para *fashion brands* yang mereka miliki adalah dikarenakan pengalaman masing-masing yang membuat mereka menyadari pentingnya menjalankan bisnis fesyen dengan konsep yang ramah lingkungan. Pertama para pemilik *fashion brands* ini menyadari bahwa industri fesyen merupakan industri yang sangat potensial secara ekonomi untuk berkembang. Banyak pihak yang dapat mendapat pengasilan dan keuntungan secara ekonomi dari industri fesyen ini.

Kedua, industri fesyen merupakan sebuah ajang berkreasi yang menyenangkan bagi para pemilik *fashion brands* ini, karena fesyen identik dengan nilai-nilai keindahan dan ajang untuk menggali kreatifitas. Alasan ketiga adalah dibalik potensi dan manfaat dari industri fesyen tersebut, para pemilik *fashion brands* ini menyadari bahwa terdapat pula dampak buruk dari industri fesyen jika metode-metode yang dilakukan pada proses produksi dan juga proses-proses lainnya dilakukan tanpa ada pertimbangan untuk lebih ramah lingkungan. Seperti misalnya Made Arsana menceritakan bahwa sebelum membuka bisnis fesyennya sendiri dia bekerja pada pabrik garmen milik warga negara asing di Bali yang menggunakan pewarna sintetis pada

proses produksinya. Setelah itu, limbah dari proses produksi pabrik garmen tersebut dibuang ke sungai tanpa diolah secara optimal sehingga mencemari lingkungan sekitar dan mengganggu masyarakat. Maka berdasarkan pengalaman tersebut dia bertekad untuk membuat bisnis fesyen sendiri dengan metode yang ramah lingkungan dan tidak mengganggu masyarakat sekitar, justru dapat berguna bagi masyarakat sekitar.

Berdasarkan berbagai fenomena yang ada pada masyarakat Indonesia secara umum dan pengalaman dari berbagai pihak tersebut, maka walaupun belum adanya arahan ataupun aturan dari pemerintah ataupun lembaga non-pemerintah di Indonesia, sudah banyak pihak baik perorangan ataupun komunitas dan organisasi yang memiliki inisiatif untuk mengembangkan praktek-praktek fesyen yang ramah lingkungan. Berdasarkan data yang dihimpun, di Indonesia terdapat 76 bisnis fesyen yang menggunakan pendekatan-pendekatan ramah lingkungan. Dari jumlah tersebut, metode yang dilakukan oleh sebagian besar *fashion brands* tersebut yaitu penggunaan serat dan pewarna alam pada proses perancangan produknya. Dalam berbagai teori ramah lingkungan di bidang fesyen ataupun desain secara luas, metode penggunaan serat dan pewarna alam ini termasuk dalam metode *safe, non-toxic, non-harmful* atau pun *low impact*. Berbagai istilah di atas pada dasarnya mengacu pada penggunaan material

atau bahan baku yang ramah lingkungan. Ramah lingkungan disini berarti tidak mengandung zat beracun yang dapat membahayakan lingkungan dan makhluk hidup.

Penggunaan pewarna alam termasuk dalam metode ini dikarenakan bahan baku pewarna alam berasal dari daun, kulit batang pohon, akar, buah, bunga dan berbagai bagian tanaman yang berasal dari alam. Sementara pewarna sintetis merupakan racikan bahan kimia yang berbahaya bagi alam dan juga makhluk hidup. Berdasarkan catatan sejarah, pada kasus pembuatan kain tenun di Pulau Bali, pewarna sintetis ini sudah mulai masuk pada sekitar tahun 1908 (Wronska dkk., 2015:35).

Praktek pengolahan pewarna alam yang merupakan warisan nenek moyang Bangsa Indonesia dari berbagai daerah di Indonesia. Disaat mulai berkembangnya praktik pembuatan kain dan perancangan motif pada kain tersebut di berbagai daerah di Indonesia, baik dengan menggunakan teknik rekarakit tekstil seperti tenun di berbagai daerah. Daerah-daerah penghasil kain tenun di Indonesia seperti disebutkan oleh Suwati Kartiwa yaitu di Pulau Sumatera terdapat di Palembang, Pasemah, Bangka, Belitung dan Sumatra Utara; di Nusa Tenggara terdapat di Flores, Sumba, Rote, Sabu, dan Bdao; Donggala, Rongkong dan Galumpang di Sulawesi, Tanibar dan Kisar di Maluku; Pulau Bali; dan Kalimantan Barat. (Kartiwa,2010:18) Selain teknik rekarakit tekstil terdapat

juga pengolahan pewarna alam pada teknik rekalarat tekstil seperti batik dan jumputan di Pulau Jawa.

Pada awalnya nenek moyang Bangsa Indonesia menggunakan pewarna alam yang berasal dari lingkungan sekitarnya. Bahan-bahan alam tersebut juga diolah dengan cara yang sesuai dengan aturan tradisi yang merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari dan sejalan dengan alam. Pewarnaan alami ini sudah digunakan pada berbagai teknik produksi kain seperti ini mulai Abad 17 (Suheryanto: 2017). Warna-warna yang biasanya dihasilkan oleh pewarna alami yaitu warna biru yang didapat dari tanaman tarum atau indigo (*indigofera tinctoria*), warna coklat, merah atau ungu yang berasal dari buah mengkudu (*morinda citrifolia*); warna kuning yang didapat dari kunyit (*curcuma domestica*); warna hijau yang biasanya didapat dari campuran kunyit dan indigo; dan warna hitam yang didapat dengan merendam benang pada lumpur atau campuran indigo dengan pewarna lain (Kartiwa, 2007:12). Warna coklat atau warna soga juga bisa dihasilkan dari kulit kayu tinggi (*criops condolleana*), kulit kayu Jambal (*peltaphorum ferruginrum*) dan batang tegeran (*crudania javanesis*) (Suheryanto: 2017).

Penggunaan pewarna alam ini selain memiliki banyak keunggulan seperti disebutkan sebelumnya, terdapat juga kekurangan dan potensi pengembangan lebih lanjut. Kekurangan utama dari metode

pewarnaan ini adalah membutuhkan waktu yang lama dan proses yang panjang dan rumit untuk dapat diaplikasikan pada kain atau produk pakaian yang siap digunakan. Sehingga seiring dengan perkembangan industri dan kebutuhan hidup manusia maka pada penggunaan pewarna sintetis mulai menggantikan pewarna alam pada pembuatan kain tenun, batik, jumputan dan juga kain tradisional Indonesia. Hal ini dikarenakan penggunaan pewarna sintetis memiliki kelebihan lebih cepat, tidak memerlukan tahapan produksi yang panjang dan rumit seperti pada penggunaan pewarna alam. Selain itu juga pewarna sintetis dapat menghasilkan warna yang lebih beragam, cerah dan pasti dapat diulang secara masal dengan hasil yang konstan. Aspek-aspek tersebutlah yang sangat diperlukan oleh industri, sehingga disaat kain tradisional tersebut sudah menjadi komoditas industri maka yang digunakan oleh para pelaku industri tersebut adalah pewarna sintetis.

Saat ini walaupun metode pewarnaan kain dengan pewarna alam memiliki kekurangan dalam hal lama waktu dan proses pengerjaan, tetapi dikarenakan kelebihan pewarna alam yang ramah lingkungan tersebut tidak dapat digantikan oleh pewarna sintetis maka banyak pelaku industri fesyen yang kembali menggunakan pewarna alam pada proses produksinya. Hal ini didukung juga oleh keadaan pasar produk fesyen yang sudah lebih mengerti dan peduli


terhadap pentingnya isu-isu ramah lingkungan pada fesyen tersebut. Kalangan pasar produk fesyen ini mengerti dan bahkan membutuhkan produk fesyen yang memiliki nilai tambah lain selain nilai fungsional ataupun estetika. Sehingga kalangan ini mau membeli produk fesyen yang dibuat dengan pewarna alam walaupun memiliki harga jual yang lebih tinggi dibandingkan produk lain sejenis yang dibuat dengan metode pewarnaan dengan pewarna sintetis.




Penggunaan pewarna alam yang menjadi tren ini ditandai juga dengan semakin banyaknya *fashion brands* yang menggunakan metode ini. *Fashion brands* ini menerapkan metode pewarnaan alam pada produknya yang berupa produk fesyen masa kini. Adapun *fashion brands* yang dimaksud adalah: Kana Goods, Jarit, Manungs, Galeri Batik Jawa, Nurzahra, Bluesville, Tarum, Imaji Studio, Kembang Tjelup, Osem, dan Seratus Kapas. Produk fesyen masa kini yang dimaksud adalah bukan hanya berupa kain seperti yang dibuat oleh para pengrajin kain tradisional. Tetapi produk fesyen berupa pakaian atasan (kemeja, blus, kaos dan lain-lain), bawahan (rok, celana panjang, celana pendek dan lain-lain), luaran (jaket, jas, *cape* dan lain-lain) dan juga aksesoris (tas, sepatu, topi dan lain-lain). Untuk dapat disukai oleh pasar, selain produk fesyen yang dihasilkan merupakan jenis produk yang dibutuhkan secara fungsional, pengayaan dari produk-produk tersebut harus sesuai dengan trend



yang diinginkan pasar. Hal ini terlihat dari berbagai *fashion brands* di bawah ini.

Tabel 1 *Fashion brands* yang Menggunakan Metode Pewarnaan Alami

NO	NAMA <i>FASHION BRANDS</i>	CONTOH PRODUK	JENIS PEWARNA ALAM YANG DIGUNAKAN
1	Kana Goods	 <p>Sumber: https://www.instagram.com/kanagoods/?hl=id Diakses pada: 25 November 2018</p>	Tanaman indigofera
2	Jarit	 <p>Sumber: https://www.instagram.com/jarittenun/?hl=id Diakses pada: 25 November 2018</p>	Tanaman indigofera, kunyit dan kulit kayu <i>tinggi</i>
3	Manungs	 <p>Sumber: https://www.instagram.com/manungs/?hl=id Diakses pada: 25 November 2018</p>	Tanaman indigofera

<p>4</p>	<p>Galeri Batik Jawa</p>	 <p>Sumber: https://www.instagram.com/galeri_batik_jawa/?hl=id Diakses pada: 25 November 2018</p>	<p>Tanaman indigofera</p>
<p>5</p>	<p>Nurzahra</p>	 <p>Sumber: https://www.instagram.com/officialnurzahra/?hl=id Diakses pada: 25 November 2018</p>	<p>Tanaman indigofera</p>
<p>6</p>	<p>Bluesville</p>	 <p>Sumber: https://www.instagram.com/bluesville/?hl=id Diakses pada: 25 November 2018</p>	<p>Tanaman indigofera</p>

7	Tarum	 <p>Sumber: https://www.instagram.com/andikatarum/?hl=id Diakses pada: 25 November 2018</p>	Tanaman indigofera
8	Imaji Studio	 <p>Sumber: https://www.instagram.com/imaji.studio/?hl=id Diakses pada: 25 November 2018</p>	Tanaman indigofera
9	Kembang Tjelup	 <p>Sumber: https://www.instagram.com/kembangtjelup/?hl=id Diakses pada: 25 November 2018</p>	Indigofera dan kulit kayu <i>tingi</i>

10	Osem	 <p>Sumber: https://www.instagram.com/_osem/?hl=id Diakses pada: 25 November 2018</p>	Tanaman indigofera
11	Seratus Kapas	 <p>Sumber: https://www.instagram.com/seratuskapas/?hl=id Diakses pada: 25 November 2018</p>	Kulit kayu <i>tingi</i> dan batang <i>tegeran</i>

Keseluruhan *fashion brands* di atas menggunakan kain berbahan dasar serat alam dan juga menggunakan pewarnaan alami pada produknya. Hal yang membedakan dari *fashion brands* di atas yaitu pengayaan dan target market saja. Sebagai contoh, kebanyakan dari *fashion brands* di atas yaitu Kana Goods, Manungs, Bluesville, Imaji Studio, Kembang Tjelup, Osem, dan Seratus Kapas, menargetkan produknya untuk pasar anak muda. Sehingga jenis produk fesyen yang dibuat berdasarkan kebutuhan anak muda yang sederhana dan kasual seperti kemeja,

kimono, atau *outer*, dan kaos. Sedangkan *fashion brands* seperti Jarit, Galeri Batik Jawa, Nurzahra, dan Tarum memiliki target market yang lebih dewasa sehingga jenis produknya lebih beraneka ragam seperti *dress* dengan potongan yang rumit, celana, *outer* dan juga selendang atau syal.

SIMPULAN

Berdasarkan paparan data diatas maka dilakukan analisa SWOT dari tren penggunaan pewarna alam pada berbagai *fashion brands* di Indonesia

tersebut. Kekuatan (*strength*) dari fenomena tersebut adalah metode pewarnaan dengan bahan alam jelas merupakan metode yang ramah lingkungan dan menjadi keunggulan dari metode alam dengan pewarna sintetis yang berbahaya bagi alam. Tetapi kelemahan (*weakness*) dari metode ini adalah proses produksi yang lama dan rumit sehingga pada akhirnya menghasilkan produk fesyen yang lebih mahal dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dibuat dengan metode pewarnaan dengan pewarna sintetis. Ancaman (*threat*) yang dihadapi

metode ini adalah banyaknya produk lain sejenis dipasaran yang dibuat dengan pewarna sintetis sehingga lebih murah dan menarik. Tetapi juga saat ini metode pewarnaan alam memiliki kesempatan (*opportunity*) yaitu mulai adanya pasar yang potensial yang sudah mengerti dan menginginkan produk fesyen dengan pewarna alam ini.

Sehingga berdasarkan analisa diatas terdapat beberapa strategi yang dapat dikembangkan supaya metode pewarnaan alam ini dapat lebih dikembangkan pada industri fesyen di Indonesia.

Tabel 2. Strategi Pengembangan Berdasarkan Analisa SWOT

	Kekuatan / <i>Strenght</i>	Kelemahan / <i>Weakness</i>
Ancaman / <i>Threat</i>	Pengayaan produk yang sesuai dengan trend fesyen dan kebutuhan gaya hidup yang diinginkan oleh masyarakat	Pencarian metode pengolahan pewarna alam dengan teknologi terbaru untuk mengatasi kendala pada proses produksi
Kesempatan / <i>Opportunity</i>	Pengadaan eksibisi dan publikasi dari produk-produk fesyen pewarna alam yang lebih intens untuk memperluas pasar	Sosialisasi lebih lanjut mengenai manfaat penggunaan pewarna alam pada perancangan produk fesyen dan perkembangan industri secara luas

REFERENSI

Black, Sandy

2012 *The Sustainable Fashion Handbook*, London: Thames & Hudson Ltd

Brown, Sass

2010 *Eco Fashion*, United Kingdom – London, Lawrence King Publishing Ltd.

International Labour Organization (ILO)

2018

https://www.ilo.org/global/topics/geip/WCMS_614394/lang--en/index.htm diakses pada 15 Juni 2019

Kaikobad, Najmul Kadir dkk

2015 “*Sustainable and Ethical Fashion: The Environmental and Morality Issues*”. IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS) Volume 20, Issue 8, Ver. I (Aug 2015), PP 17-22 e-ISSN: 2279-0837, p-ISSN: 2279-0845.

- Kartiwa, Suwati, Unggul Hermanto.
2010 *Tenun Ikat: Indonesia's Ikat Weaving Tradition*. Jakarta, Indonesia: Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia
- Kartiwa, Suwati
2007 *Ragam Kain Tradisional Indonesia: Tenun Ikat*. Jakarta, Indonesia: PT Gramedia Pustaka Utama
- Minney, Safia
2016 *Slow Fashion*. New Internationalist Publication Ltd. Oxford
- Suheryanto, Dwi
2017 *Natural Dyes: Ensiklopedia Zat Warna Alami dari Tumbuhan untuk Industri Batik*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Thomas, Sue
2018 *Fashion Ethics*. New York: Routledge
- Wronska, Maria dkk
2015 *Balinese Textiles For Gods and People*. Lodz, Poland: Central Museum of Textile